

**PENGARUH *SERVICESCAPE* TERHADAP  
KEPUASAN WAJIB PAJAK KENDARAAN  
BERMOTOR DI SAMSAT BANDAR LAMPUNG**

**(STUDI PADA WAJIB PAJAK KENDARAAN BERMOTOR DI KANTOR  
UPTD WILAYAH I SAMSAT BANDAR LAMPUNG)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Menempuh Sarjana

pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

**OKTAVIA KUSUMAWATI**

**165030401111039**



**PROGRAM STUDI PERPAJAKAN  
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI BISNIS**

**FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI  
UNIVERSITAS BRAWIJAYA**

**MALANG**

**2021**

**MOTTO**

*“Manusia Dikatakan Berhasil*

*“Jika Ia Mampu Menghadapi Masalah, Bukan Lari Dari Masalah”*

**-- Oktavia**

*“Orang Yang Kuat Bukan Mereka Yang Selalu Menang.*

*Melainkan Mereka Yang Tetap Tegar Ketika Mereka Jatuh”*

**-- Kahlil Gibran**



**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Judul : Pengaruh *Servicescape* Terhadap Kepuasan Wajib Pajak  
Kendaraan Bermotor di SAMSAT Bandar Lampung (Studi  
Pada Wajib Pajak Kendaraan Bermotor di Kantor UPTD  
Wilayah I SAMSAT Bandar Lampung)

Disusun Oleh : Oktavia Kusuma Wati

NIM : 165030401111039

Fakultas : Ilmu Administrasi

Program Studi : Perpajakan



Malang, 18 Mei 2021

Pembimbing

Dessanti Putri Sekti Ari SE., MSA., Ak  
NIP. 198812232015042001

**TANDA PENGESAHAN**

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 17 Juni 2021

Jam : 10.00

Skripsi Atas Nama : Oktavia Kusuma Wati

Judul : Pengaruh *Servicescape* Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Di SAMSAT Bandar Lampung (Studi Pada Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Di Kantor UPTD Wilayah I SAMSAT Bandar Lampung)

Dan dinyatakan

**LULUS**

Majelis Penguji

Ketua



**Dessanti Putri Sekti Ari, SE., MSA., Ak**  
**NIP. 198812232015042001**

Anggota

**Rosalita Rachma Agusti, SE., MSA., Ak**  
**NIP. 198708312014042001**

Anggota

**Damas Dwi Anggoro, SAB., MA**  
**NIP. 2016078906261001**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi yang berjudul “Pengaruh *Servicescape* Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor di SAMSAT Bandar Lampung (Studi Pada Wajib Pajak Kendaraan Bermotor di Kantor UPTD Wilayah I SAMSAT Bandar Lampung)” tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digunakan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S-1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70).

Malang, 18 Mei 2021

Yang Membuat Pernyataan



*[Signature]*  
**Oktavia Kusuma Wati**  
NIM.165030401111039

## ABSTRAK

Oktavia Kusuma Wati, 2021, Pengaruh *Servicescape* Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Di SAMSAT Bandar Lampung (Studi Pada Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Di Kantor Uptd Wilayah I SAMSAT Bandar Lampung), Dessanti Putri Sekti Ari, SE.,MSA.,Ak 161 hal + xiv

Pajak daerah salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang penting untuk membiayai kebutuhan rutin pemerintah daerah. Pajak kendaraan bermotor (PKB) menjadi salah satu penyumbang penerimaan daerah Provinsi Lampung. Penerimaan pajak Provinsi Lampung yang masih mengalami fluktuatif. Diberlakukannya program pemutihan Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) serta verifikasi potensi PKB secara *door to door* hingga keluhan dari wajib pajak yang mengungkapkan bahwa pelayanan yang diberikan Kantor SAMSAT Bandar Lampung belum memenuhi harapan wajib pajak. Proses pembayaran pajak kendaraan yang dirasa ribet dan berliku-liku hingga prosesnya memakan banyak waktu menjadi alasan wajib pajak lebih menggunakan biro jasa calo untuk mengurus pembayaran pajak kendaraan. Hal tersebut membuktikan bahwa instansi pemerintah belum mengupayakan kualitas pelayanan yang baik.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *servicescape* yaitu variabel *ambient conditions*, variabel *spatial layout and functionality*, variabel *sign, symbol and artifact*, dan variabel *facility cleanliness* terhadap kepuasan konsumen. Jenis penelitian ini adalah penelitian eksploratori dengan pendekatan kuantitatif. Pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner formulir daring seperti *Google Form* kepada 100 responden wajib pajak kendaraan bermotor yang melakukan pembayaran pajak kendaraan bermotor di Kantor SAMSAT kota Bandar Lampung dengan menggunakan metode penentuan sampel *accidental sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *ambient conditions*, variabel *sign, symbol and artifact*, dan variabel *facility cleanliness* berpengaruh terhadap kepuasan wajib pajak dan variabel *spatial layout and functionality* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wajib pajak.

**KATA KUNCI:** *Servicescape, Ambient Conditions, Spatial Layout and Functionality, Sign, Symbol and Artifact, Facility Cleanliness, Kepuasan Wajib Pajak.*

**ABSTRACT**

Oktavia Kusuma Wati, 2021, **The Effect of Servicescape on Vehicle Taxpayer Satisfaction at SAMSAT Bandar Lampung (Studies on Vehicle Taxpayers at the Regional UPTD Office I SAMSAT Bandar Lampung)**, Dessanti Putri Sekti Ari, SE.,MSA.,Ak 161 hal + xiv

Local taxes are one of the important sources of local revenue to finance the routine needs of local governments. Motor vehicle tax is one of the contributors to regional revenue in Lampung Province. Lampung Province tax revenue which is still fluctuating. The implementation of the Vehicle Tax bleaching program, as well as door-to-door verification of vehicle tax potential, until there were complaints from taxpayers who revealed that the services provided by the SAMSAT office Bandar Lampung had not met the expectations of taxpayers. The process of paying vehicle taxes, which is complicated and tortuous, so the process takes a lot of time, is the reason taxpayers use brokers to take care of vehicle tax payments. This proves that government agencies have not attempted good service quality.

The purpose of this study is to examine the effect of servicescape that this ambient *conditions* variable, spatial layout and functionality variable, sign variable, symbol and artifact variable, and facility cleanliness variable on customer satisfaction. This type of research is explanatory research with a quantitative approach. Collecting data in this study was carried out by distributing online form questionnaires such as Google Form to 100 respondents vehicle taxpayers pay vehicle taxes at the SAMSAT office Bandar Lampung using the accidental sampling method.

The results showed that the variable ambient *conditions* dimension, sign dimension, symbol and artifact, and facility cleanliness variable had a significant effect on Taxpayer Satisfaction and spatial layout and functionality variables have no significant effect on taxpayer satisfaction.

**KEY WORDS:** Servicescape, Ambient *Conditions*, Spatial Layout and Functionality, Sign, Symbol and Artifact, Facility Cleanliness, Taxpayer Satisfaction

DAFTAR ISI

<b>MOTTO .....</b>	<b>i</b>
<b>TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>TANDA PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Kontribusi Penelitian .....	10
1.5 Sistematika Pembahasan .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>12</b>
2.1 Tinjauan Empiris.....	12
2.2 Tinjauan Teori.....	24
2.2.1 <i>Servicescape</i> .....	24
2.2.1.1 Pengertian <i>Servicescape</i> .....	24
2.2.1.2 Peran <i>Servicescape</i> .....	25
2.2.1.3 Tujuan <i>Servicescape</i> .....	27
2.2.1.4 Dimensi dan Indikator <i>Servicescape</i> .....	29
2.2.2 Kepuasan Pengunjung .....	34
2.2.2.1 Pengertian Kepuasan Pengunjung.....	34
2.2.2.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pengunjung .....	35
2.2.2.3 Mengukur Kepuasan Pengunjung .....	36
2.2.2.4 Indikator Kepuasan Pengunjung.....	38
2.3 Model Penelitian .....	38
2.4 Model Hipotesis .....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>44</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	44
3.2 Lokasi Penelitian.....	45



3.3 Variabel Penelitian, Definisi Operasional, dan Skala Pengukuran .....	45
3.3.1 Variabel Penelitian .....	45
3.3.1.1 Variabel Independen (Bebas) .....	45
3.3.1.2 Variabel Dependen (Terikat) .....	46
3.3.2 Definisi Operasional .....	46
3.3.2.1 Definisi Operasional Dimensi <i>Ambient conditions</i> .....	46
3.3.2.2 Definisi Operasional Dimensi <i>Spatial layout and functionality</i> .....	47
3.3.2.3 Definisi Operasional Dimensi <i>Sign, symbol and artifact</i> .....	47
3.3.2.4 Definisi Operasional Dimensi <i>Facility Cleanliness</i> .....	48
3.3.2.5 Definisi Operasional Kepuasan Pengunjung .....	49
3.4 Sekala Pengukuran .....	52
3.5 Populasi dan Sampel .....	53
3.5.1 Populasi .....	53
3.5.2 Sampel .....	53
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	54
3.6.1 Jenis dan Sumber Data .....	55
3.6.1.1 Jenis Data .....	55
3.6.1.2 Sumber Data .....	55
3.7 Metode Pengumpulan Data .....	56
3.7.1 Instrumen Penelitian .....	56
3.8 Teknik Analisis Data .....	57
3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif .....	57
3.8.2 Uji Validasi dan Reliabilitas .....	58
3.8.2.1 Uji Validasi .....	58
3.8.2.2 Uji Realiabilitas .....	59
3.8.3 Uji Asumsi Klasik .....	60
3.8.3.1 Uji Normalitas .....	60
3.8.3.2 Uji Multikoloniaritas .....	60
3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas .....	61
3.8.4 Analisis Regresi Linier Berganda .....	62
3.8.5 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	63
3.8.6 Pengujian Hipotesis .....	64
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>65</b>
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	65
4.1.1 Kantor UPTD Wilayah I SAMSAT Bandar Lampung .....	65
4.1.2 Visi, Misi, dan Moto Kantor Bersama SAMSAT Bandar Lampung .....	65
4.1.3 Wilayah Kerja Kantor SAMSAT Bandar Lampung .....	65

4.1.4 Struktur Organisasi Kantor SAMSAT Bandar Lampung .....	66
4.2 Teknik Analisis Data.....	67
4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	68
4.2.2 Gambaran Umum Responden.....	68
4.2.3 Distribusi Frekuensi.....	72
4.3 Hasil Uji Validasi dan Reliabilitas.....	90
4.3.1 Hasil Uji Validasi.....	90
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	94
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	96
4.4.1 Hasil Uji Normatif.....	96
4.4.2 Hasil Uji Multikoloniaritas (VIF).....	97
4.4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	98
4.5 Hasil Regresi Linier Berganda.....	99
4.6 Hasil Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ ).....	101
4.7 Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji Statistik t).....	101
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian.....	103
4.8.1 Pengaruh <i>Ambient Conditions</i> Terhadap Kepuasan Wajib Pajak.....	103
4.8.2 Pengaruh <i>Spatial Layout and Functionality</i> Terhadap Kepuasan Wajib Pajak.....	105
4.8.3 Pengaruh <i>Sign, Symbol and Artifact</i> Terhadap Kepuasan Wajib Paja.....	108
4.8.4 Pengaruh <i>Facility Cleanliness</i> Terhadap Kepuasan Wajib Pajak.....	110
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>112</b>
5.1 Kesimpulan.....	112
5.2 Saran.....	114
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>116</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>123</b>



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Target Dan Realisasi Pajak Daerah 2014-2018 Provinsi Lampung... 4

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu ..... 18

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Pengukuran ..... 49

Tabel 3.2 Skala Liket ..... 52

Tabel 4.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia..... 69

Tabel 4.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... 70

Tabel 4.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir ..... 70

Tabel 4.4 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Kunjungan Ke SAMSAT ..... 71

Tabel 4.5 Distribusi Frekueensi Jawaban Variabel *Ambient Conditions*..... 72

Tabel 4.6 Distribusi Frekueensi Jawaban Variabel *Spatial Layout And Functionality*..... 75

Tabel 4.7 Distribusi Frekueensi Jawaban Variabel *Sign, Symbol and Artifact*..... 80

Tabel 4.8 Distribusi Frekueensi Jawaban Variabel *Facility Cleanliness*..... 84

Tabel 4.9 Distribusi Frekueensi Jawaban Variabel Kepuasan Wajib Pajak ..... 87

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas *Ambient Conditions*..... 91

Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas *Spatial Layout and Functionality* ..... 91

Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas *Sign, Symbol and Artifact* ..... 92

Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas *Facility Cleanliness* ..... 93

Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Kepuasan Wajib Pajak ..... 93

Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas *Ambient Conditions*..... 94

Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas *Spatial Layout and Functionality*..... 94

Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas *Sign, Symbol and Artifact* ..... 95

Tabel 4.18 Hasil Uji Reliabilitas *Facility Cleanliness*..... 95

Tabel 4.19 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Wajib Pajak ..... 95

Tabel 4.20 Hasil Uji Normatif ..... 96

Tabel 4.21 Hasil Uji Multikolonieritas ..... 97

Tabel 4.22 Hasil Uji Heteroskedastisitas ..... 98

Tabel 4.23 Hasil Analisis Regresi Liner Berganda..... 99

Tabel 4.24 Hasil Uji Koefisien Determinan (R<sup>2</sup>) ..... 101

Tabel 4.25 Hasil Uji t ..... 102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Konsep ..... 38  
Gambar 2.2 Model Hipotesis ..... 39  
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Kantor SAMSAT Bandar Lampung ..... 67



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Perizinan Riset ..... 123

Lampiran 2. Kuesioner Penelitian..... 125

Lampiran 3. Distribusi Jawaban Responden..... 130

Lampiran 4. Tabulasi Jawaban Responden X..... 131

Lampiran 5. Tabulasi Jawaban Responden Y..... 141

Lampiran 6. Hasil Uji Validasi Variabel *Ambient Conditions* (X1)..... 142

Lampiran 7. Hasil Uji Validasi Variabel *Spatial Layout and Functionality* (X2) ..... 145

Lampiran 8. Hasil Uji Validasi Variabel *Sign, Symbol and Artifact* (X3)..... 146

Lampiran 9. Hasil Uji Validasi Variabel *Facility Cleanliness* (X4)..... 148

Lampiran 10. Hasil Uji Validasi Variabel Kepuasan Wajib Pajak (Y) ..... 149

Lampiran 11. Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Ambient Conditions* (X1)..... 150

Lampiran 12. Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Spatial Layout and Functionality* (X2)..... 150

Lampiran 13. Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Sign, Symbol and Artifact* (X3)..... 151

Lampiran 14. Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Facility Cleanliness* (X4)..... 151

Lampiran 15. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)..... 152

Lampiran 16. Distribusi Jawaban Responden Variabel *Ambient Conditions* (X1)..... 152

Lampiran 17. Distribusi Jawaban Responden Variabel *Spatial Layout and Functionality* (X2)..... 153

Lampiran 18. Distribusi Jawaban Responden Variabel *Sign, Symbol and Artifact* (X3) ..... 155

Lampiran 19. Distribusi Jawaban Responden Variabel *Facility Cleanliness* (X4)..... 156

Lampiran 20. Distribusi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Wajib Pajak (Y)..... 157

Lampiran 21. Hasil Koefisien Determinan ( $R^2$ ) ..... 159

Lampiran 22. Hasil Uji t ..... 159

Lampiran 23. *Curriculum Vitae*..... 160



## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Indonesia sebagai sebuah negara berkembang saat ini sedang giat melakukan peningkatan pelayanan publik sebagai salah satu upaya reformasi birokrasi. Reformasi birokrasi pada hakikatnya merupakan upaya untuk melakukan pembaharuan dan perubahan mendasar terhadap sistem penyelenggaraan pemerintahan terutama menyangkut aspek-aspek kelembagaan (organisasi), ketatalaksanaan (business process) dan sumber daya manusia aparatur (menpan.go.id, 2009). Reformasi birokrasi pada pemerintah harus didukung dengan langkah-langkah yang tepat, sinergis dan berkelanjutan untuk mewujudkan langkah-langkah tersebut, dirumuskan sasaran reformasi birokrasi yang dimuat dalam Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia (PANRB) Nomor 11 Tahun 2015 Tentang Road Map Reformasi Birokrasi 2015-2019 yakni : 1) Birokrasi yang bersih dan akuntabel. 2) Birokrasi yang efektif dan efisien. 3) Birokrasi yang memiliki pelayanan publik berkualitas. Reformasi birokrasi diterapkan pada pemerintah pusat serta pemerintah daerah. Pemerintah juga mengupayakan kualitas layanan publik dengan menerapkan kebijakan otonomi daerah.

Menurut Fernandez yang dikutip oleh Dharma Setyawan Salam (2004), Pengertian otonomi daerah adalah pemberian hak, wewenang, dan kebijakan kepada daerah yang memungkinkan daerah tersebut dapat mengatur dan mengurus

rumah tangganya sendiri untuk meningkatkan daya guna dan hasil guna penyelenggaraan pemerintahan dalam rangka pelayanan terhadap masyarakat dan pelaksanaan pembangunan. Tujuan otonomi daerah ialah mempercepat terwujudnya kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan pelayanan dan pemberdayaan serta peran masyarakat. Penerapan kebijakan otonomi daerah diharapkan ada peningkatan pelayanan umum secara maksimal dari lembaga pemerintah di masing-masing daerah. Pemerintah pusat menjadikan provinsi Lampung sebagai daerah otonom, kelahirannya sendiri ditetapkan berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 1964 Tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang No. 3 Tahun 1964 Tentang Pembentukan Daerah Tingkat I Lampung dengan mengubah Undang-Undang No. 25 Tahun 1959 Tentang Pembentukan Daerah Tingkat I Sumatera Selatan (Lembaran Negara Tahun 1964 No. 8) menjadi Undang-Undang. Halim (2001:23) menjelaskan bahwa ciri utama suatu daerah mampu melaksanakan otonomi adalah: (1) kemampuan keuangan daerah, yang berarti daerah tersebut memiliki kemampuan dan kewenangan untuk menggali sumber-sumber keuangan, mengelola dan menggunakan keuangannya sendiri untuk membiayai penyelenggaraan pemerintahan; dan (2) ketergantungan kepada bantuan pusat harus seminimal mungkin. Oleh karena itu Pendapatan Asli Daerah (PAD) harus menjadi sumber keuangan terbesar yang didukung oleh kebijakan perimbangan keuangan pusat dan daerah. Dalam penyelenggaraan otonomi daerah, PAD merupakan sumber yang penting untuk biaya kebutuhan rutin pemerintah daerah.

Salah satu sumber PAD sebagaimana disebutkan dalam pasal 6 Undang – undang No 33 Tahun 2004 adalah berasal dari pajak daerah. Berdasarkan Pasal 1 angka 10 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. Definisi pajak daerah adalah kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Menurut Soelarno dan Lutfi (2006:7) yang dikutip oleh Anggoro (2017), pajak daerah adalah pajak asli daerah maupun pajak negara yang diserahkan kepada daerah, yang pemungutannya diselenggarakan oleh daerah di dalam wilayah kekuasaannya, yang gunanya untuk membiayai pengeluaran daerah sehubungan dengan tugas dan kewajiban untuk mengatur dan mengurus rumah tangganya sendiri, dalam ikatan Negara Kesatuan Republik Indonesia sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Pemerintah Provinsi Lampung memungut lima jenis pajak. Kelima pajak tersebut adalah pajak kendaraan bermotor, bea balik nama kendaraan bermotor, pajak bahan bakar kendaraan bermotor, pajak air permukaan, dan pajak rokok.

Sebagaimana dikutip dalam Hamida Amri S (2019), penerimaan pajak Provinsi Lampung masih fluktuatif pada 2014, pemerintah Provinsi Lampung berhasil merealisasikan penerimaan pajak daerah sebesar 109%. Pada 2015, peningkatan target pajak tidak diikuti dengan realisasinya yang optimal karena hanya mencapai 93%. Penerimaan pajak yang tidak melampaui target juga terjadi pada 2016 dengan persentase realisasi 93%. Realisasi pajak mulai menunjukkan tren positif

pada 2017 yang mendapatkan 100%. Pada 2018, realisasi pajak kembali menurun menjadi 89%. Pada tahun 2019 realisasi pajak mengalami peningkatan dengan persentase 97%. Berikut Tabel 1.1 data target dan realisasi pajak daerah 2014-2019 Provinsi Lampung.

**Tabel 1.1 Target dan Realisasi Pajak Daerah 2014-2019  
Provinsi Lampung**

Tahun	Anggaran	Realisasi	%
2014	1.789.310.000.000	1.946.452.924.020	109 %
2015	2.122.600.000.000	1.963.322.716.952	93 %
2016	2.199.300.000.000	2.051.840.000.000	93 %
2017	2.394.300.000.000	2.451.408.220.072	100 %
2018	2.910.000.000.000	2.577.739.717.944	89 %
2019	2.695.470.000.000	2.627.888.230.394	97%
2020	2.829.824.716.968	-	

Sumber : *Bapenda Provinsi Lampung, (diolah peneliti, 2021)*

Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) menjadi salah satu penyumbang penerimaan daerah Provinsi Lampung. Provinsi Lampung dalam meningkatkan potensi penerimaan Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) pernah melakukan program pemutihan pajak pada tahun 2017. Keringanan pembayaran pajak kendaraan bermotor dan bea balik nama kendaraan bermotor telah berkontribusi sebesar Rp 22 miliar. Kendaraan yang diikutkan dalam program keringanan pembayaran pajak ini kurang lebih 42.394 kendaraan roda dua dan roda empat. Pada tahun 2018, potensi penerimaan PKB Provinsi Lampung menunggak sebesar Rp 1,2 Triliun, untuk menyeriusi penagihan tunggakan PKB, Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) Provinsi Lampung melakukan program Sosialisasi Pendataan dan Verifikasi Potensi PKB Secara *Door to Door* tahun 2019 ( lampost.co, 2019).

Kantor Bersama Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) merupakan sebuah organisasi yang tugasnya adalah memberikan pelayanan

kepada masyarakat. SAMSAT atau dalam bahasa Inggris *One Roof Sistem*, adalah suatu sistem administrasi yang dibentuk untuk memperlancar dan mempercepat pelayanan pengurusan dokumen kendaraan bermotor. SAMSAT merupakan serangkaian kegiatan dalam penyelenggaraan Registrasi dan Identifikasi Kendaraan bermotor (Regiden Ranmor), pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor (PKB), Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor (BBNKB), dan pembayaran Sumbangan Wajib Dana Kecelakaan Lalu Lintas (SWDKLLJ) dan Angkutan Jalan secara terintegrasi dan terkoordinasi dalam Kantor Bersama SAMSAT. Definisi SAMSAT di atas adalah definisi berdasarkan Peraturan Presiden nomor 5 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap Kendaraan Bermotor.

SAMSAT merupakan suatu sistem kerjasama secara terpadu antara Polri, Dinas Pendapatan Provinsi, dan PT Jasa Raharja (Persero) dalam pelayanan untuk menerbitkan Surat Tanda Nomor Kendaraan (STNK) dan Tanda Nomor Kendaraan Bermotor yang dikaitkan dengan pemasukan uang ke kas negara baik melalui Pajak Kendaraan Bermotor (PKB), Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor, dan Sumbangan Wajib Dana Kecelakaan Lalu Lintas Jalan (SWDKLLJ), dan dilaksanakan pada satu Kantor yang dinamakan "Kantor Bersama SAMSAT". Dalam hal ini, Polri memiliki fungsi penerbitan STNK; Dinas Pendapatan Provinsi menetapkan besarnya Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) dan Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor (BBN-KB); sedangkan PT Jasa Raharja mengelola Sumbangan Wajib Dana Kecelakaan Lalu Lintas Jalan (SWDKLLJ). Fungsi SAMSAT di bagi menjadi 3 institusi yaitu : (1) SAMSAT untuk Polri berfungsi

sebagai *security* (keamanan) atau registrasi dan identifikasi kendaraan; (2) SAMSAT untuk Dispenda memiliki fungsi *prosperity* atau pengumpulan pajak kendaraan; Sementara untuk Jasa Raharja, SAMSAT memiliki fungsi sebagai *surety* atau asuransi bagi pemilik kendaraan.

Dikutip dalam duajuarai.co (2019) pembayaran pajak kendaraan bermotor di gedung SAMSAT Bandar Lampung dirasa ribet dan berliku-liku. Sarjono, salah satu wajib pajak, mengaku bahwa proses membayar pajak kendaraan memakan banyak waktu. Dalam komentar Apw (23/10/2020 03:09) mengungkapkan ketidakpuasannya atas sistem proses pembayaran pajak. Apw mengungkapkan pembayaran pajak kendaraan bermotor di SAMSAT terlalu sulit dan bertele-tele, dan arah prosedurnya tidak jelas, Apw mengungkapkan kekecewannya atas sikap pegawai yang tidak ramah kepada wajib pajak yang menayakan proses pembayaran pajak kendaraan bermotor (petalokasi.org). Dari pengakuan wajib pajak dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh Kantor SAMSAT Bandar Lampung belum memenuhi harapan pengunjung.

Proses pembayaran pajak kendaraan bermotor yang dirasa ribet dan berliku-liku hingga prosesnya memakan banyak waktu menjadi alasan seseorang lebih memilih menggunakan jasa orang lain yang kerap disebut biro jasa atau calo untuk mengurus pembayaran pajak kendaraan. Sebagaimana dikutip dari ombudsman.go.id (2020), berdasarkan hasil temuan lapangan yang dilakukan oleh kepala Ombudsman RI perwakilan Provinsi Bandar Lampung dalam inspeksi tim mengungkapkan adanya calo di SAMSAT Bandar Lampung yang menawarkan jasa dengan harga 125 ribu sampai dengan 200 ribu rupiah. Kepuasan merupakan

tujuan utama kualitas pelayanan (Sutopo & Suryanto, 2003). Kotler dan Armstrong (2014:35), mendefinisikan kepuasan pengunjung adalah sejauh mana kinerja suatu produk atau jasa yang dirasakan sesuai dengan harapan pengunjung.

Memenuhi harapan pengunjung menjadi salah satu kunci keberhasilan bagi penyedia jasa.

Menurut Lovelock dan Wirtz (2011:74) Kepuasan adalah suatu sikap penilaian yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan.

*Servicescape* atau lingkungan layanan yang dirasakan oleh pengguna jasa memainkan peranan penting dalam membentuk pengalaman layanan dan memperkuat atau mengurangi kepuasan pengguna jasa, khususnya pada jasa dengan tingkat kontak yang tinggi dan melibatkan unsur manusia dalam prosesnya (Lovelock, 2010:4). Menurut Zeithaml dan Bitner (2013:278) mendefinisikan

*servicescape* (Lingkungan layanan) merupakan semua aspek fasilitas suatu organisasi jasa yang meliputi atribut-atribut eksterior (papan informasi, tempat parkir, pemandangan alam) dan atribut-atribut interior (desain, tata letak, peralatan, dan dekorasi). Menurut Zeithaml dan Bitner (2013:296) *servicescape*

memiliki tiga dimensi yaitu: (1) *Ambient conditions* meliputi latar belakang karakteristik lingkungan yang umumnya digunakan untuk mempengaruhi panca indera. *Ambient conditions* sangat mempengaruhi bagaimana orang merasakan, berfikir dan merespon terhadap keberadaan suatu produk atau jasa; (2) *Spatial layout dan functionality*, Lingkungan layanan pada umumnya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pengunjung. *Spatial layout* menunjukkan bagaimana mesin, peralatan dan furnitur diatur atau disusun, ukuran dan bentuk dari item tersebut,

dan hubungan spesial diantara semuanya, sedangkan *functionality* menunjukkan pada kemampuan dari setiap item untuk memfasilitasi pencapaian tujuan pengunjung dan karyawan; (3) *Sign, symbol and artifact*, *signs* digunakan untuk mengkomunikasikan label, tujuan dan peraturan, sedangkan *symbol and artifact* memberikan isyarat kepada pengunjung mengenai tempat, norma dan perilaku yang diharapkan dalam tempat tersebut; (4) *Facility cleanliness* menurut Wakefield dan Blodgett (1996) dalam jurnal (Lam *et al.*, 2011), *facility cleanliness* atau kebersihan sebuah fasilitas penting dalam *servicescape* bagi pengguna jasa yang harus menghabiskan beberapa jam di area pelayanan.

Kondisi fisik lingkungan layanan yang dialami oleh pengunjung memiliki peran penting dalam membentuk pengalaman layanan dan memperkuat atau mengurangi kepuasan pengunjung (Lovelock Wirtz dan Massry, 2010: 4). Penerimaan pajak Provinsi Lampung yang masih mengalami fluktuatif. Diberlakukannya program pemutihan PKB dan program pendataan serta Verifikasi Potensi PKB Secara *door to door* hingga keluhan dari wajib pajak membuktikan bahwa instansi pemerintah belum mengupayakan kualitas pelayanan yang baik, hal itu dibuktikan adanya data tidak terealisasinya penerimaan pajak daerah dan rendahnya partisipasi masyarakat dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Berdasarkan permasalahan tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Servicescape* Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor di SAMSAT Bandar Lampung (Studi Pada Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Di Kantor UPTD Wilayah I SAMSAT Bandar Lampung)”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah *ambient conditions* berpengaruh terhadap kepuasan wajib pajak kendaraan bermotor di SAMSAT Bandar Lampung?
2. Apakah *spatial layout and functionality* berpengaruh terhadap kepuasan wajib pajak kendaraan bermotor di SAMSAT Bandar Lampung?
3. Apakah *sign, symbol and artifac* berpengaruh terhadap kepuasan wajib pajak kendaraan bermotor di SAMSAT Bandar Lampung?
4. Apakah *facility cleanliness* berpengaruh terhadap kepuasan wajib pajak kendaraan bermotor di SAMSAT Bandar Lampung?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *ambient conditions* terhadap kepuasan wajib pajak kendaraan bermotor di SAMSAT Bandar Lampung.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *spatial layout and functionality* terhadap kepuasan wajib pajak kendaraan bermotor di SAMSAT Bandar Lampung.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *sign, symbol and artifac* terhadap kepuasan wajib pajak kendaraan bermotor di SAMSAT Bandar Lampung.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *facility cleanliness* terhadap kepuasan wajib pajak kendaraan bermotor di SAMSAT Bandar Lampung.

#### 1.4 Kontribusi Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dari hasil penelitian, yaitu sebagai berikut:

##### 1. Kontribusi Teoritis

Sebagai pijakan dan referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan pengaruh *servicescape* terhadap kepuasan wajib pajak kendaraan bermotor di SAMSAT Bandar Lampung, sehingga penelitian ini dapat membantu penelitian selanjutnya dengan kajian serupa dan dapat dikembangkan lebih baik.

##### 2. Kontribusi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai pengaruh *servicescape* terhadap kepuasan wajib pajak kendaraan bermotor di SAMSAT Bandar Lampung, bagi instansi pemerintah, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan usulan yang konstruktif dalam menentukan langkah dan strategi pelayanan jasa.

##### 3. Kontribusi Kebijakan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran kepada instansi pemerintah dalam pembuatan kebijakan terkait pelaksanaan meningkatkan penerimaan daerah dengan kualitas pelayanan yang lebih baik pada masa yang akan datang.

#### 1.5 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memudahkan dalam melakukan pembahasan, adapun sistematika sebagai berikut:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan tentang gambaran penelitian secara umum yang meliputi latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian dan sistematika pembahasan yang memberikan penjelasan secara singkat masing-masing bab.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi tinjauan empiris penelitian terdahulu, tinjauan teoritis yang berkaitan dengan judul dan masalah yang dibahas dalam penelitian, serta perumusan hipotesis penelitian.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini membahas tentang jenis penelitian, variabel penelitian, populasi dan sampel, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data serta teknik analisis data penelitian.

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini membahas mengenai penyajian dan hasil penelitian, hasil analisis dan pembahasan hasil penelitian.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini menyajikan kesimpulan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti berdasarkan pada pokok-pokok permasalahan yang ada, keterbatasan peneliti dan pemberian saran-saran sumbangan pikiran.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2. 1. Tinjauan Empiris

Tinjauan empiris memuat tentang data hasil penelitian – penelitian terdahulu yang relevan, atau sesuai dengan tema dan permasalahan penelitian ini.

Penelitian terdahulu menjadi salah satu acuan peneliti dalam melakukan penelitian sehingga peneliti dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Beberapa hasil penelitian terdahulu yang digunakan sebagai pendukung penelitian dapat disajikan sebagai berikut:

1. Lam, L. W., Chan, K. W., Fong, D., & Lo, F. (2011).

Lam *et al.*, (2011) melakukan penelitian yang berjudul "*Does the look matter? The impact of casino servicescape on gaming customer satisfaction, intention to revisit, and desire to stay*". Terlepas dari investasi besar yang dilakukan oleh kasino pada struktur fisik mereka, sedikit yang diketahui apakah lingkungan fisik benar-benar memengaruhi respons psikologis pengunjung *game*. Penelitian ini membahas bagaimana dimensi *servicescape* mempengaruhi kepuasan pengunjung dan niat perilaku di lingkungan kasino. Dengan menggunakan model lingkungan fisik Bitner, berhipotesis bagaimana suasana, navigasi, kenyamanan tempat duduk, dekorasi interior, dan kebersihan memengaruhi kepuasan kognitif dan afektif pengunjung *game*. Penelitian ini selanjutnya mengusulkan bahwa kepuasan pengunjung *game* akan memengaruhi keinginan mereka untuk tinggal dan niat untuk mengunjungi kembali.

Data dari 513 pengunjung *game* Makau memberikan dukungan untuk menguji hipotesis penelitian. Implikasi untuk penelitian dan praktik manajerial juga dibahas. Hasil penelitian ini secara khusus menunjukkan bahwa lima dimensi *servicescape* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan kognitif dan afektif pengunjung *game* di Makau yang selanjutnya kepuasan kognitif dan afektif pengunjung *game* mempengaruhi niat mereka untuk mengunjungi kembali. Perbedaan penelitian (Lam *et al.*, 2011) dengan penelitian ini yaitu pada variabel yang digunakan (Lam *et al.*, 2011) menggunakan niat untuk mengunjungi kembali dan keinginan untuk tinggal sebagai variabel dependen, *servicescape* sebagai variabel independen dan kepuasan pengunjung menjadi moderating. Sedangkan penelitian ini memiliki keterbaruan dengan menambahkan variabel *sign, symbol and artifact* sebagai variabel independen sedangkan kepuasan pengunjung sebagai variabel dependen.

2. Siu, N. Y. M., Wan, P. Y. K., & Dong, P. (2012)

Penelitian yang dilakukan oleh (Siu *et al.*, 2012) berjudul "*The impact of the servicescape on the desire to stay in convention and exhibition centers: The case of Macao*". Penelitian ini mengkaji peran penting *servicescape* dalam kaitannya dengan kognitif pelanggan (keyakinan tentang kualitas *servicescape*), afektif (pengaruh kepuasan) dan respon perilaku (keinginan untuk tinggal) dalam konteks pusat konvensi dan pameran di Macao. Tidak seperti studi *servicescape* sebelumnya, penelitian (Siu *et al.*, 2012) memasukkan dua karakteristik pelanggan pribadi, yaitu persepsi pengorbanan dan pertimbangan nilai-untuk-uang, sebagai moderator potensial dari hubungan antara kepuasan pelanggan dan keinginan

untuk tetap. Secara keseluruhan, hasil (Siu *et al.*, 2012) menunjukkan bahwa elemen *servicescape* secara positif mempengaruhi persepsi kualitas layanan, pengaruh mereka, kepuasan pelanggan dan keinginan untuk tetap.

Selanjutnya, studi ini mengungkapkan bahwa pertimbangan nilai untuk uang meningkatkan dampak positif kepuasan pelanggan terhadap keinginan pelanggan untuk tinggal di pusat konvensi dan tingkat pengorbanan yang dirasakan pelanggan memiliki efek langsung pada keinginan mereka untuk tetap.

Implikasi teoritis dan manajerial juga disajikan. Perbedaan penelitian (Siu *et al.*, 2012) dengan penelitian ini yaitu pada variabel yang digunakan (Siu *et al.*, 2012) memasukkan dua karakteristik pelanggan pribadi yaitu persepsi pengorbanan dan pertimbangan nilai untuk uang sebagai variabel moderator potensial dari hubungan antara kepuasan pelanggan dan keinginan untuk menetap. Sedangkan penelitian ini memiliki keterbaruan dimana kepuasan pengunjung sebagai variabel dependen.

3. Rashid, N. M., Ma'amor, H., Ariffin, N., & Achim, N. A. (2015).

(Rashid *et al.*, 2015) Melakukan penelitian yang berjudul "*Servicescape: Understanding how physical dimensions influence exhibitors satisfaction in convention centre*". Tujuan utama dari penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara tiga variabel utama dimensi fisik terhadap kepuasan peserta pameran di *Kuala Lumpur Convention Center (KLCC)*. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh (Rashid *et al.*, 2015) menunjukkan bahwa ketiga dari dimensi *servicescape* memiliki pengaruh signifikan secara positif dengan kepuasan peserta pameran.

Hasil yang didapat dari penelitian ini dapat digunakan otoritas KLCC dalam hal

peningkatan dan pemeliharaan fasilitas yang disediakan. Secara umum, penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan peserta pameran dipengaruhi oleh dimensi fisik yang terdiri dari fungsi atau tata ruang, kondisi sekitar, simbol, artefak.

Kendati demikian, konsentrasi untuk memenuhi permintaan peserta pameran akan meningkatkan kepuasan peserta pameran secara signifikan sehingga memungkinkan terjadinya partisipasi kembali dan partisipasi diantara peserta pameran dalam acara pameran yang akan datang. Perbedaan penelitian (Rashid *et al.*, 2015) dengan penelitian ini yaitu pada variabel yang digunakan (Rashid *et al.*, 2015) menggunakan kepuasan pengunjung sebagai variabel dependen dan *servicescape* dengan dimensi *ambient conditions, spatial layout and functionality* dan *signs, symbol and artifact* sebagai variabel independen. Sedangkan penelitian ini memiliki keterbaruan dengan menambahkan variabel *facility cleanliness* sebagai variabel independen.

4. Rijae, Z. M., & Magnadi, R. H. (2018).

Rijae dan Magnadi (2018), melakukan penelitian yang berjudul "Pengaruh *Servicescape* Terhadap Kepuasan Pengunjung (Studi pada Penumpang Keberangkatan Domestik di Bandara Ahmad Yani Semarang)". Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dimensi *servicescape* yaitu *ambient conditions, spatial layout and functionality* dan *signs, symbol and artifact* terhadap kepuasan pengunjung. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Sampel dipilih dengan menggunakan teknik quota sampling.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan tingkat signifikansi 5%, dimana sebelumnya dilakukan uji validitas dan reliabilitas selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu yang meliputi uji normalitas, uji multikolonieritas, dan uji heteroskedastisitas. Hasil penelitian yang telah dilakukan tentang *servicescape* terhadap kepuasan pengunjung di Bandara Ahmad Yani Semarang dapat disimpulkan bahwa variabel *ambient conditions* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Pada variabel *signs, symbol and artifact* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

Pada variabel *spatial layout and functionality* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Dalam hasil penelitian yang dilakukan melalui uji regresi berganda ditemukan hasil yang positif sebesar 0,247 serta hasil uji t dimana t hitung = 3,395 lebih besar dari t tabel = 1,660 atau nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$ . Perbedaan penelitian Rijae dan Magnadi (2018), dengan penelitian ini yaitu pada variabel yang digunakan Rijae dan Magnadi (2018), menggunakan kepuasan pengunjung sebagai variabel dependen dan *servicescape* dengan dimensi *ambient conditions, spatial layout and functionality* dan *signs, symbol and artifact* sebagai variabel independen. Sedangkan penelitian ini memiliki keterbaruan dengan menambahkan variabel *facility cleanliness* sebagai variabel independen.

5. Artuger, S. (2020).

Artuger, S. (2020) melakukan penelitian yang berjudul "*The effect of servicescape in hotels on customer satisfaction: Evidence from resort hotels*".

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *servicescape* di hotel terhadap kepuasan pengunjung. Sampel penelitian terdiri dari wisatawan asing yang menginap di hotel resort bintang lima yang beroperasi di distrik Marmaris

Provinsi Muğla antara 1 Juni – 30 Agustus 2019. Data dikumpulkan dari 225

pengunjung hotel. Rata-rata, deviasi standar, analisis faktor konfirmatori, analisis reliabilitas dan analisis regresi digunakan dalam menganalisis data yang diperoleh. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa *servicescape* di hotel berdampak pada kepuasan pengunjung. Ditemukan bahwa kondisi sekitar, dekorasi, tanda dan simbol berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Menurut hasil penelitian, tanda dan simbol merupakan faktor terpenting yang mempengaruhi kepuasan pengunjung.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Artuger, S. (2020), ditemukan bahwa tata ruang tidak mempengaruhi kepuasan pengunjung. Perbedaan penelitian dengan penelitian ini yaitu pada variabel independen. Artuger, S. (2020) menggunakan kepuasan pengunjung sebagai variabel dependen dan *hotel servicescapes, ambient conditions, layout, decor, dan signs and symbol* sebagai variabel independen. Sedangkan penelitian ini memiliki keterbaruan dengan menambahkan variabel *facility cleanliness* sebagai variabel independen.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Judul, Penelitian dan Tahun	Variabel	Hasil Penelitian	Perbedaan					
				Persamaan			Penelitian Terdahulu		Penelitian Saat Ini
1.	<i>Does the look matter? The impact of casino servicescape on gaming customer satisfaction, intention to revisit, and desire to stay.</i> Lam, L. W., Chan, K. W., Fong, D., & Lo, F. (2011).	1. Variabel independen (X) <i>servicescape</i> (X), meliputi dimensi <i>ambience</i> (X <sub>1</sub> ), <i>Navigation</i> (X <sub>2</sub> ), <i>seating comfort</i> (X <sub>3</sub> ), <i>interior décor</i> (X <sub>4</sub> ), <i>cleanliness</i> (X <sub>5</sub> ).	Hasil penelitian ini secara khusus menunjukkan bahwa lima dimensi <i>servicescape</i> memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan kognitif dan afektif pengunjung game di Makau yang selanjutnya kepuasan kognitif dan afektif pengunjung game mempengaruhi niat mereka untuk mengunjungi kembali.	1. Variabel independen yang digunakan yaitu variabel X <i>servicescape</i>	1.	Variabel dependen Y menggunakan variabel niat untuk mengunjungi kembali dan keinginan untuk tinggal	1.	Variabel independen X memiliki keterbaruan dengan menambahkan variabel <i>sigs, symbol and artifact</i>	
		2. Variabel dependen (Y) niat untuk mengunjungi kembali (Y <sub>1</sub> ) dan keinginan untuk tinggal (Y <sub>2</sub> )		2. Metode penelitian yang dilakukan menggunakan penelitian kuantitatif	2.	Variabel moderating Z kepuasan pengunjung	2.	Variabel dependen Y kepuasan pengunjung	

Lanjutan Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Judul, Penelitian dan Tahun	Variabel	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan	
					Penelitian Terdahulu	Penelitian Saat Ini
3.		Variabel moderating (Z) kepuasan pengunjung (Z) dimana kepuasan kognitif ( $Z_1$ ) dan kepuasan afektif ( $Z_2$ )			3. Lokasi penelitian yang dilakukan di lingkungan kasino yang berada di Macau.	3. Lokasi penelitian dilakukan pada wajib pajak kendaraan bermotor di SAMSAT Bandar Lampung
2.	<i>The impact of the servicescape on the desire to stay in convention and exhibition centers: The case of Macao</i> Siu, N. Y. M., Wan, P. Y. K., & Dong, P. (2012)	1. Variabel independen (X) meliputi <i>ambient conditions</i> ( $X_1$ ), <i>spatial layout</i> ( $X_2$ ), <i>functionality</i> ( $X_3$ ), <i>signs, symbol and artifact</i> ( $X_4$ ), <i>cleanliness</i> ( $X_5$ )	Hasil menunjukkan bahwa elemen <i>servicescape</i> secara positif mempengaruhi persepsi kualitas layanan, pengaruh mereka, kepuasan pelanggan dan keinginan untuk tetap.	1. Variabel independen yang digunakan yaitu variabel X <i>servicescape</i>	1. Variabel dependen Y menggunakan variabel keinginan untuk tinggal	1. Variabel dependen Y kepuasan pengunjung
				2. Metode penelitian yang dilakukan menggunakan penelitian kuantitatif	2. Variabel moderating Z persepsi pengorbanan dan perimbangan nilai uang	2. Lokasi penelitian dilakukan pada wajib pajak kendaraan bermotor di SAMSAT Bandar Lampung

Lanjutan Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Judul, Penelitian dan Tahun	Variabel	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan	
					Penelitian Terdahulu	Penelitian Saat Ini
		2. Variabel dependen (Y) keinginan untuk tinggal	pertimbangan nilai-untuk-uang meningkatkan dampak positif kepuasan pelanggan terhadap keinginan pelanggan untuk tinggal dan tingkat pengorbanan yang dirasakan pelanggan		Variabel intervening M meliputi persepsi kualitas layanan, pengaruh mereka, kepuasan pelanggan.	
		3. Variabel intervening (M) meliputi persepsi kualitas layanan (M <sub>1</sub> ), pengaruh mereka (M <sub>2</sub> ), kepuasan pelanggan (M <sub>3</sub> )	memiliki efek langsung pada keinginan mereka untuk tetap			
		4. Variabel moderating (Z) meliputi persepsi pengorbanan (Z <sub>1</sub> ) dan perimbangan nilai uang (Z <sub>2</sub> )		3. Lokasi penelitian yang dilakukan pada pusat convensi dan pameran di Macao		

Lanjutan Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Judul, Penelitian dan Tahun	Variabel	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan		
					Penelitian Terdahulu	Penelitian Saat Ini	
3.	<i>Servicescape: Understanding how physical dimensions influence exhibitors satisfaction in convention centre</i> Rashid, N. M., Ma'amor, H., Ariffin, N., & Achim, N. A. (2015)	1. Variabel independen (X) <i>servicescape</i> (X), meliputi dimensi <i>ambient conditions</i> ( $X_1$ ), <i>spatial layout and functionality</i> ( $X_2$ ), <i>signs, symbol and artifact</i> ( $X_3$ )	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga dari dimensi <i>servicescape</i> memiliki pengaruh signifikan secara positif dengan kepuasan peserta pameran.	1. Variabel independen yang digunakan yaitu variabel X <i>servicescape</i>	1	Lokasi penelitian yang dilakukan di lingkungan kasino yang berada di Macau.	1. Variabel independen X memiliki keterbaruan dengan menambahkan variabel <i>facility cleanliness</i>
		2. Variabel dependan (Y) kepuasan pengunjung		2. Metode penelitian yang dilakukan menggunakan penelitian kuantitatif			2. Lokasi penelitian dilakukan pada wajib pajak kendaraan bermotor di SAMSAT Bandar Lampung

Lanjutan Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Judul, Penelitian dan Tahun	Vriabel	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan	
					Penelitian Terdahulu	Penelitian Saat Ini
4	Pengaruh <i>Servicescape</i> Terhadap Kepuasan Pengunjung (Studi pada Penumpang Keberangkatan Domestik di Bandara Ahmad Yani Semarang) Rijae, Z. M., & Magnadi, R. H. (2018)	1. Variabel independen (X) <i>servicescape</i> (X) meliputi dimensi <i>ambient conditions</i> (X <sub>1</sub> ), <i>spatial layout</i> and <i>functionality</i> (X <sub>2</sub> ) dan <i>signs, symbol and artifact</i> (X <sub>3</sub> )	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>ambient conditions</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. <i>Signs, symbol and artifact</i> memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung dapat diterima.	1. Variabel independen yang digunakan yaitu variabel X <i>servicescape</i>	1. Lokasi penelitian dilakukan di Bandara Ahmad Yani Semarang.	1. Variabel independen X memiliki keterbaruan dengan menambahkan variabel <i>facility cleanliness</i>
		2. Variabel dependen (Y) kepuasan pengunjung		2. Variabel dependen yang digunakan yaitu Y kepuasan pengunjung.		2. Lokasi penelitian dilakukan pada wajib pajak kendaraan bermotor di SAMSAT Bandar Lampung
				3. Metode penelitian yang lakukan menggunakan penelitian kuantitatif		

Lanjutan Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Judul, Penelitian dan Tahun	Vriabel	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan	
					Penelitian Terdahulu	Penelitian Saat Ini
5	<i>The effect of servicescape in hotels on customer satisfaction: Evidence from resort hotels</i> Artuger, S. (2020)	1. Variabel independen (X) <i>Servicescape</i> ( $X_{1,1}$ ), <i>hotel servicescapes</i> ( $X_{1,2}$ ), <i>ambient conditions</i> ( $X_{1,2}$ ), <i>layout, décor</i> ( $X_{1,3}$ ), dan <i>signs and symbol</i> ( $X_{1,4}$ )	Hasil penelitian mengungkapkan bahwa <i>servicescape</i> di hotel berdampak pada kepuasan pengunjung. Ditemukan bahwa kondisi sekitar, dekorasi, tanda dan simbol berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung.	1. Variabel independen yang digunakan yaitu variabel X <i>servicescape</i>	1. Lokasi penelitian dilakukan pada hotel resor bintang lima yang beroperasi di distrik Maemaris Provinsi Mugla.	1. Variabel independen X memiliki keterbaruan dengan menambahkan variabel <i>facility cleanliness</i>
		2. Variabel dependen (Y) <i>kepuasan pengunjung</i>	Menurut hasil penelitian tanda dan simbol merupakan faktor terpenting yang mempengaruhi kepuasan pengunjung. Namun, ditemukan bahwa tata ruang tidak mempengaruhi kepuasan pengunjung.	2. Variabel dependen yang digunakan yaitu Y <i>kepuasan pengunjung</i> .		2. Lokasi penelitian dilakukan pada wajib pajak kendaraan bermotor di SAMSAT Bandar Lampung
3.				3. Metode penelitian yang dilakukan menggunakan penelitian kuantitatif		

Sumber: Olahan Peneliti, 2020.

## 2.2 Tinjauan Teori

### 2.2.1 *Servicescape*

#### 2.2.1.1 Pengertian *Servicescape*

Zeithaml dan Bitner (2013:278) mendefinisikan *servicescape* sebagai berikut, “*Servicescape as well as other forms of tangible communication. Elements of the physical servicescape that affect customer include both exterior attributes (such as signage, parking, and the landscape) and the interior attributes (such as design, layout, equipment, and décor)*”. *Servicescape*

(Lingkungan layanan) merupakan semua aspek fasilitas suatu organisasi jasa yang meliputi atribut-atribut eksterior (papan informasi, tempat parkir, pemandangan alam) dan atribut-atribut interior (desain, tata letak, peralatan, dan dekorasi). Menurut Lupiyoadi (2014:120), *servicescape* (Lingkungan Layanan) adalah lingkungan tempat penyampaian jasa tersebut berada. Pendapat Lovelock Wirtz dan Massry (2010: 4), yang menyatakan bahwa kondisi fisik lingkungan layanan yang dialami oleh pengunjung memiliki peran penting dalam membentuk pengalaman layanan dan memperkuat atau mengurangi kepuasan pengunjung.

Lupiyoadi (2014:120), mengatakan bahwa bukti fisik merupakan lingkungan fisik perusahaan tempat jasa diciptakan dan tempat penyedia jasa dan pengunjung berinteraksi, ditambah unsur berwujud apa pun yang digunakan untuk mengomunikasikan atau pendukung peran jasa tersebut. Menurut Bitner (1992) dalam Tjiptono (2014:155), mengemukakan tipologi *servicescape* berdasarkan dua dimensi yaitu pemakaian *servicescape* berdasarkan dua dimensi utama pemakaian *servicescape* dan kompleksitas fisik *servicescape*. Tjiptono

(2014:156), mengatakan bahwa fasilitas fisik perusahaan pada hakikatnya “membungkus” atau “mengemas” jasa yang ditawarkan dan mengomunikasikan citra eksternal tentang apa yang ada didalamnya kepada para pengunjung.

*Servicescape* (Lingkungan Layanan) memiliki peran penting dalam menyampaikan layanan pada pelanggan, hal ini dapat dilihat dari tujuan *servicescape* (Lingkungan Layanan). Menurut Lovelock, Wirtz dan Mussry (2010:4) terdapat empat tujuan utama dari *servicescape* (Lingkungan Layanan) yaitu:

- a. Merekayasa pengalaman pengunjung dan membentuk perilaku mereka
- b. Mengutarakan citra yang telah direncanakan oleh perusahaan dan mendukung strategi positioning serta diferensiasinya
- c. Menjadi bagian dari promosi nilai
- d. Memfasilitasi penghantaran jasa dan memperkuat kualitas sekaligus produktivitas jasa

### 2.2.1.2 Peran *Servicescape*

Lingkungan fisik atau *servicescape* memainkan peranan penting dalam konteks pemberian layanan kepada pengunjung dan perannya dalam membentuk perilaku dan persepsi pengunjung atas jasa yang diberikan. Menurut Zeithaml dan Bitner (2013:283) pemahaman *servicescape* sangat penting bagi pemasar jasa, karena *servicescape* dapat memainkan beberapa peran sekaligus, yaitu sebagai *package* (mengemas), *facilitator* (memfasilitasi), *socializer* (membantu sosialisasi) dan *differentiator* (pembeda):

### 1. Package

*Servicescape* berperan sebagai *package* (kemasan) dari jasa yang ditawarkan dalam suatu cara yang berbeda dengan cara menawarkan barang. Paket produk di desain untuk menggambarkan *image* tertentu sehingga mampu menyentuh sensor tertentu atau reaksi emosional pengunjung. Sementara paket jasa menanamkan *image* melalui interaksi berbagai stimuli yang kompleks. Bukti jasa “membungkus” dan menyampaikan *image* eksternal tentang apa yang ada “di dalam bungkus” kepada pengunjung. Dengan demikian *servicescape* merupakan penampilan *tangible* organisasi dan karenanya menjadi sangat penting dalam membentuk kesan awal atau dalam membentuk harapan pengunjung. Peran pengepakan ini khususnya penting dalam menciptakan harapan dari pengunjung baru dan untuk perusahaan jasa yang baru berdiri dan sedang mencoba membangun suatu *image*.

### 2. Facilitator

*Servicescape* membantu memfasilitasi setiap kegiatan individu dalam lingkungan jasa tersebut. Desain yang dibentuk dapat meningkatkan atau menghambat efisiensi arus aktifitas, dan membuatnya menjadi lebih mudah atau lebih sulit bagi pengunjung dan karyawan untuk mencapai tujuan mereka. Fasilitas fungsional yang di desain dengan baik akan mampu menyajikan pengalaman yang menyenangkan kepada pengunjung, disamping itu akan membuat karyawan merasa nyaman bekerja. Sebaliknya, desain yang kurang baik dan tidak efisien bisa saja membuat karyawan dan pengunjung kecewa.

### 3. *Socializer*

Desain *servicescape* dapat membantu sosialisasi baik bagi pengunjung dan karyawan, sehingga dapat menuntun mereka untuk melakukan peran-peran tertentu dan bagaimana seharusnya berperilaku ketika berada dalam lingkungan jasa tersebut.

### 4. *Differentiator*

Desain dari *servicescape* dapat membedakan perusahaan pesaing-pesaingnya dan segmen pasar yang dituju. Karena kekuatannya sebagai *differentiator* (pembeda), perubahan-perubahan dalam lingkungan fisik dapat digunakan untuk memposisikan kembali suatu perusahaan atau untuk menarik segmen pasar baru.

#### 2.2.1.3 Tujuan *Servicescape*

Menurut Lovelock (2010:4), Kondisi fisik lingkungan layanan yang dirasakan oleh pengguna jasa memainkan peranan penting dalam membentuk pengalaman layanan dan memperkuat atau mengurangi kepuasan pengguna jasa, khususnya pada jasa dengan tingkat kontak yang tinggi dan melibatkan unsur manusia dalam prosesnya. Lupiyoadi (2016:121-123), lingkungan penyampaian jasa memiliki banyak fungsi, yaitu :

1) Lingkungan jasa sebagai pembentuk pengalaman dan perilaku pengunjung.

Terdapat tiga pembagian dalam lingkungan jasa sebagai pembentuk pengalaman dan perilaku pengunjung, yaitu:

a) Media pencipta pesan (*message-creating medium*) Menggunakan simbol untuk berkomunikasi dengan *audience* yang diinginkan mengenai pengalaman dalam menggunakan jasa.

b) Media/sarana, pencipta/penarik perhatian (*attention-creating medium*)

Membuat tempat jasa terlihat mencolok sehingga pengunjung dapat melihatnya dengan sangat jelas, karena berbeda dengan lingkungan sekitarnya.

c) Media pengunggah emosi/perasaan (*affect-creating medium*) Penggunaan

warna, tekstur, suara, aroma dan sebagainya sehingga dapat mempengaruhi rasa yang ada dalam diri pengunjung.

2) Lingkungan jasa sebagai alat pembentuk citra, penentuan posisi, dan diferensiasi produk jasa.

Wujud dari produk jasa memang tidak ada (tidak terlihat). Hal ini menyulitkan pengguna jasa untuk menilai kualitas jasa yang ditawarkan. Akan tetapi, pengunjung dapat memperkirakan seperti apa jasa yang akan mereka terima dari pengalaman pertama mereka ketika masuk ke sebuah perusahaan atau gerai yang menawarkan jasa.

3) Lingkungan jasa sebagai penambah nilai atau proposisi nilai suatu jasa.

Pengunjung memiliki keinginan yang perlu dipenuhi dari sebuah jasa ataupun produk. Namun, yang sering kali tidak diperhatikan dari penyedia jasa adalah bahwa pengunjung menginginkan sesuatu yang lebih bagi diri mereka dari pada sekedar terpenuhinya kebutuhannya. Pengunjung ingin diri mereka terpuaskan, bukan saja terpenuhi kebutuhannya. Pengunjung akan memberikan apresiasi yang tinggi jika mereka merasa terpuaskan dan bersedia membayar lebih untuk mendapatkan kepuasan dari sebuah jasa, dan efek ini

dapat dibangkitkan oleh penyedia jasa dengan memaksimalkan potensi lingkungan jasa mereka guna mendukung produk utama.

- 4) Lingkungan jasa sebagai alat untuk memfasilitasi proses jasa dan meningkatkan produktivitas.

Lingkungan selain bisa digunakan untuk “menebar pesona” juga bisa dibangun untuk mendukung jasa utama yang disediakan oleh penyedia jasa.

Sebelumnya, bagaimana perusahaan berfikir mengenai cara agar jasa itu menarik dengan mempercantik tampilannya telah diilustrasikan. Jadi dilihat dari sudut pandang ini, perusahaan dapat menarik pengunjung lewat jasa inti yang mereka tawarkan dengan performa jasa inti yang lebih unggul daripada kompetitor dengan dukungan lingkungan jasa mereka.

#### 2.2.1.4 Dimensi dan Indikator *Servicescape* (Lingkungan Layanan)

##### 1. Dimensi *Ambient Conditions* (Kondisi Sekitar)

Menurut Lovelock, Wirtz dan Mussry (2010:12) kondisi sekitar (*ambient conditions*) yaitu segala karakteristik lingkungan yang dapat dirasakan oleh pancaindra. Karakteristik yang ada merupakan ratusan elemen desain dan detail yang harus bekerjasama apabila dibentuk untuk menghasilkan lingkungan layanan yang diinginkan.

Terdapat tiga dimensi kondisi sekitar yang dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung menurut (Lovelock, Wirtz dan Mussry 2010:13) yaitu:

- 1) Musik

Musik dapat memberikan dampak hebat terhadap persepsi dan perilaku dalam situasi layanan, sekalipun diputar dalam *volume* yang sulit didengar.

Beragam karakteristik struktural musik seperti tempo, *volume* dan harmoni dapat dirasakan secara menyeluruh, dan dampaknya terhadap *respond* dan perilaku internal dihadapkan dengan karakteristik responden.

## 2) Aroma

Aroma merupakan dimensi kondisi sekitar (*ambient conditions*) yang penting. Bidang aromaterapi telah menjadi anggapan umum bahwa beragam aroma memiliki karakteristik yang berbeda dan dapat digunakan untuk membangkitkan respon, emosional, psikologis dan perilaku tertentu.

Dalam situasi layanan menunjukkan bahwa aroma dapat memberikan dampak signifikan terhadap pengunjung.

## 3) Warna

Selain musik dan aroma, warna memiliki dampak yang besar terhadap perasaan seseorang. Warna menstimulasi, menenangkan, ekspresif, mengganggu, mengesankan, kultural, menggembirakan dan simbolis.

Dalam hal marketing sebuah warna bisa kita gunakan sebagai alat daya tarik produk. Warna menyampaikan emosi dan kesan tertentu bagi yang melihatnya. Warna mempunyai peran besar dalam memori dan dapat menstimulasi pikiran dan perasaan kita pada suatu waktu.

## 2. Dimensi *Spatial layout and functionality* (Tata letak spasial dan fungsionalitas)

Menurut Lovelock, Wirtz, dan Mussy (2010:18) tata letak ruang (*spatial layout*) merupakan rancangan lantai, ukuran, dan bentuk perabotan, meja konter, mesin, serta peralatan potensial, dan bagaimana semua disusun. Fungsionalitas

(*functionality*) merujuk pada kemampuan benda-benda tersebut untuk memudahkan performa transaksi layanan. Tata letak ruangan dan fungsional menciptakan *servicescape* (lingkungan layanan) *visual* dan *functional* sehingga penghantaran dan konsumsi layanan bisa terjadi. Dimensi ini menentukan aplikasi yang ramah guna dan kemampuan fasilitas untuk melayani pengunjung dengan baik dan semua ini bukan saja berdampak pada efisiensi operasi layanan, tetapi juga membentuk pengalaman (Lovelock, Wirtz, dan Mussry, 2010:19)

### 3. Dimensi *Signs, symbol and artifact* (Tanda, symbol artefak)

Menurut Lovelock, Wirtz dan Mussry (2010:19) ada beberapa petunjuk yang dapat digunakan:

- 1) Tanda sebagai label (misalnya, untuk menunjukkan nama departemen atau konter)
- 2) Tanda sebagai petunjuk arah (misalnya, konter layanan tertentu, pintu masuk, pintu keluar, jalan menuju toilet dan lift)
- 3) Tanda untuk mengomunikasikan naskah layanan (misalnya, mengambil nomor antrian hingga dipanggil)
- 4) Tanda aturan perilaku (misalnya, mematikan telepon seluler atau menyetel ke posisi "*silent*" selama acara, atau area merokok/bebas asap rokok).

### 4. Dimensi *Facility Cleanliness* (Fasilitas Kebersihan)

Menurut Wakefield dan Blodgett (1996) dalam penelitiannya yang berjudul *The Effect of The Servicescape On Customer's Behavioural Intentions In Leisure Service Settings*, salah satu dimensi *servicescape* adalah *facility cleanliness* atau kebersihan sebuah fasilitas adalah bagian penting dalam

*servicescape*, terutama bagi pengguna jasa yang harus menghabiskan beberapa jam di area pelayanan. Banyak pengunjung secara implisit mengaitkan kebersihan dengan kualitas *servicescape*. Misalnya seperti apakah lantai dan karpet sudah bersih, atau apakah toilet sudah dibersihkan, akan mempengaruhi kualitas *servicescape* yang akan dirasakan oleh pengguna jasa. Dikutip dari penelitian Lam, *et al.*, (2011) Orang pada umumnya merasa lebih nyaman tinggal di lingkungan yang bersih dan demikian kebersihan mempengaruhi berapa lama mereka akan tinggal di area layanan. Lingkungan yang rapih dan bersih secara konseptual menciptakan citra pelayanan yang profesional dan unggul (Gray dan Sansolo, 1993).

Dengan demikian kebersihan dapat berfungsi untuk meningkatkan citra sosial yang buruk, karena lingkungan yang bersih menandakan bahwa layanan yang diberikan dapat diterima secara sosial. Citra sosial tersebut mempengaruhi kepuasan pengunjung ketika merasakan layanan dalam *servicescape* tersebut.

Zeithaml dan Bitner (2013) menyatakan bahwa *servicescape* memiliki tiga dimensi sebagai berikut:

#### 1. *Ambient conditions*

Meliputi latar belakang karakteristik lingkungan yang umumnya digunakan untuk mempengaruhi panca indera. Misalnya temperatur udara, pencahayaan, kebisingan, musik, aroma atau bau, dan warna. Semua faktor ini sangat mempengaruhi bagaimana orang merasakan, berpikir dan merespon terhadap keberadaan suatu produk atau jasa.

## 2. *Spatial layout and functionality*

Lingkungan layanan pada umumnya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pengunjung, oleh karena itu tata ruang tentu sangat penting. *Spatial layout* menunjukkan bagaimana mesin, peralatan dan furnitur diatur atau disusun, ukuran dan bentuk dari item tersebut, dan hubungan spesial diantara semuanya, sedangkan *functionality* menunjukkan pada kemampuan dari setiap item untuk memfasilitasi pencapaian tujuan pengunjung dan karyawan.

## 3. *Signs, symbol and artifact*

*Signs* digunakan untuk mengkomunikasikan label, tujuan dan peraturan, sedangkan *symbol and artifact* memberikan isyarat kepada pengunjung mengenai tempat, norma dan perilaku yang diharapkan dalam tempat tersebut. Item-item ini bertindak sebagai sinyal eksplisit dan implisit yang mengkomunikasikan tempat pada penggunaannya. Tanda petunjuk atau keterangan sebagai sinyal eksplisit dapat digunakan sebagai label misalnya nama perusahaan atau nama departemen. Sebagai keterangan arah atau tujuan (contoh: masuk atau keluar) dan untuk mengkomunikasikan atau berperilaku (contoh: dilarang merokok). Tanda petunjuk dan keterangan yang cukup akan mengurangi persepsi atau kesimpangsiuran dan stress. *Symbol and artifact* memberikan sinyal komunikasi implisit dan menciptakan daya tarik estesis secara keseluruhan. *Sign, symbol and artifact* sangat penting sebagai bentuk “*first impression*” dari pengunjung dan untuk mengkomunikasikan konsep baru dalam suatu jasa.

## 2.2.2 Kepuasan Pengunjung

### 2.2.2.1 Pengertian Kepuasan Pengunjung

Kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa latin “*satis*” yang artinya (cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat). Kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan atau membuat sesuatu memadai (Tjiptono, 2011). Kotler dan Keller (2016:153) mendefinisikan kepuasan sebagai berikut,

*“Satisfaction is a person’s feelings of pleasure or disappointment that result from comparing a product or service’s perceived performance (or outcome) to expectations. If the performance or experience falls short of expectations, the customer is dissatisfied. If it matches expectations, the customer is satisfied. If it exceeds expectations, the customer is highly satisfied or delighted”.*

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan suatu produk atau jasa (atau hasil) dengan harapannya. Jika kinerja gagal memenuhi harapannya, maka pengunjung akan merasa tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan harapannya, maka pengunjung akan merasa puas. Jika melebihi harapannya, maka pengunjung akan merasa sangat puas atau senang. Lovelock dan Wirtz (2011:74) mendefinisikan kepuasan sebagai berikut, *“Satisfaction is an attitude-like judgment following a consumption experience”.*

Kepuasan adalah suatu sikap penilaian yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Menurut Kotler dan Keller (2009:173) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara persepsi dan kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-

harapannya. Kotler dan Armstrong (2014:35) mendefinisikan kepuasan pengunjung sebagai berikut, *“Customer satisfaction is the extent to which a product’s perceived performance matches a buyer’s expectations. If the product’s performance falls short of expectations the customers is dissatisfied. If performance matches expectations, the customers is satisfied. If performance exceeds expectations, the customers is highly satisfied or delighted”*.

Kepuasan pengunjung adalah sejauh mana kinerja suatu produk atau jasa yang dirasakan sesuai dengan harapan pengunjung. Jika kinerja produk atau jasa tidak sesuai dengan harapan, maka pengunjung akan merasa tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan harapan, maka pengunjung akan merasa puas. Jika kinerja melebihi harapan, pengunjung akan merasa sangat puas atau senang.

#### **2.2.2.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pengunjung**

Terdapat faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan seorang pengunjung terhadap suatu produk atau jasa. Faktor-faktor ini memberi pengaruh yang cukup signifikan terhadap kepuasan seorang pengunjung. Menurut Fandy Tjiptono (2016:295) terdapat lima faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan seorang pengunjung yaitu:

1. Kualitas produk, pengunjung akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Harga, produk dengan kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberi nilai yang tinggi kepada pengunjungnya.
3. Kualitas pelayanan, pengunjung akan merasa puas jika mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan harapannya.

4. Faktor emosional, pengunjung akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain kagum kepadanya bila menggunakan produk merek tertentu.

5. Biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa, pengunjung yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk, cenderung puas terhadap produk.

### 2.2.2.3 Mengukur Kepuasan Pengunjung

Kotler, *et al.* seperti dikutip Tjiptono (2012:363) mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan pengunjung:

#### 1. Sistem keluhan dan saran

Perusahaan yang berfokus pada pengunjung akan mempermudah pengunjungnya untuk memberikan saran dan keluhan terhadap perusahaan.

#### 2. Survey kepuasan pengunjung

Perusahaan yang *responsive* memperoleh ukuran kepuasan pengunjung secara langsung dengan melakukan survei berkala pengukuran kepuasan pengunjung melalui metode ini dapat dilakukan dengan cara antara lain:

##### 1) *Directly reported satisfaction*

Pengukuran dilakukan secara langsung melalui pertanyaan.

##### 2) *Problem analysis*

Pengunjung yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok, pertama masalah-masalah yang pengunjung hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan, kedua saran-saran untuk metode perbaikan.

### 3) *Ghost shopping*

Perusahaan dapat menyewa orang bertindak sebagai pengunjung potensial dan kemudian melaporkan temuan peneliti yang diberikan dengan pola – pola kekuatan dan kelemahan yang ditemuinya ketika membeli produk – produk perusahaan dan produk pesaing.

### 4) *Lost customer analysis*

Perusahaan harus menghubungi para pengunjung yang telah berhenti membeli produk perusahaan maupun telah berpindah membeli produk perusahaan lain.

Menurut Tjiptono (2012:376) pengunjung yang merasa tidak puas pun akan berinteraksi dengan tindakan yang berbeda, ada yang mendiamkan saja dan ada pula yang melakukan *complain*. Berkaitan dengan hal ini, ada tiga kategori tanggapan atau *complain* terhadap ketidakpuasan, yaitu:

#### 1. *Voice response*

Usaha menyampaikan keluhan secara langsung dan/atau meminta ganti rugi kepada perusahaan yang bersangkutan, maupun kepada distributornya.

#### 2. *Private response*

Tindakan yang dilakukan antara lain memperingati atau memberitahu kolega, teman, atau keluarganya mengenai pengalamannya dengan produk atau perusahaan yang bersangkutan.

### 3. *Third – party response*

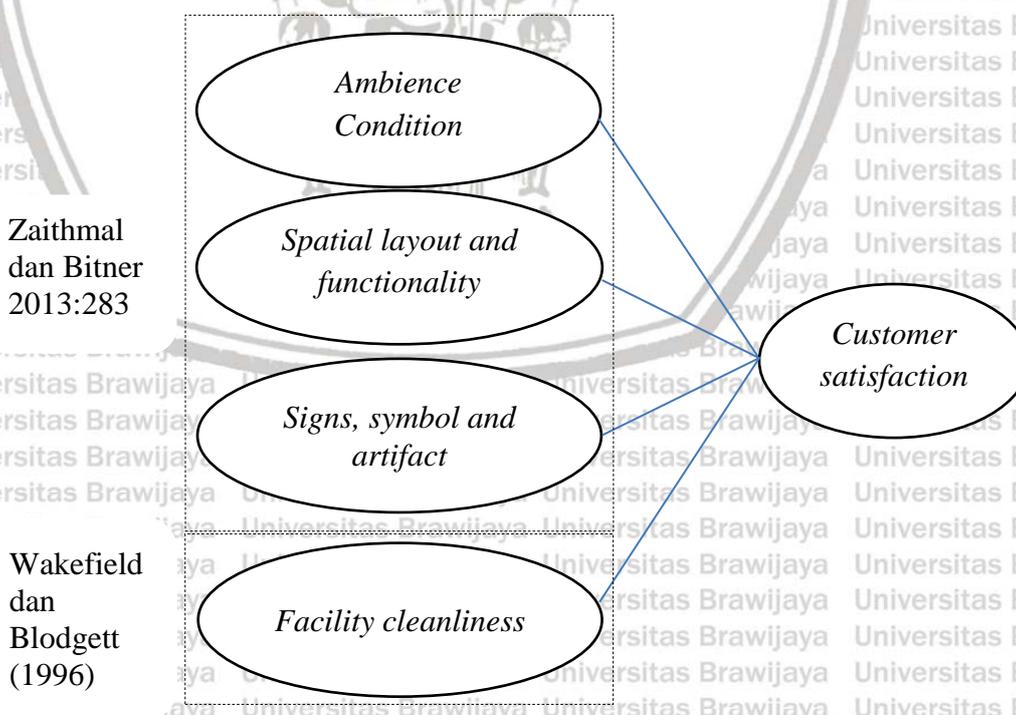
Tindakan yang dilakukan meliputi usaha meminta ganti rugi secara hukum, mengadu lewat media massa, atau secara langsung mendatangi lembaga pengunjug, instansi hukum dan sebagainya.

#### 2.2.2.4 Indikator Kepuasan Pengunjug

Ada empat indikator yang mecirikan kepuasan pengunjug menurut Kotler (2009:53), yaitu: (1) Tidak ada keluhan dari pengunjug; (2) Kesesuaian dengan harapan pengunjug; (3) Tingkat kepuasan terhadap pelayanan; (4) Merekomendasikan kepada orang lain.

### 2.3 Model Penelitian

Model konsep yang digunakan dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

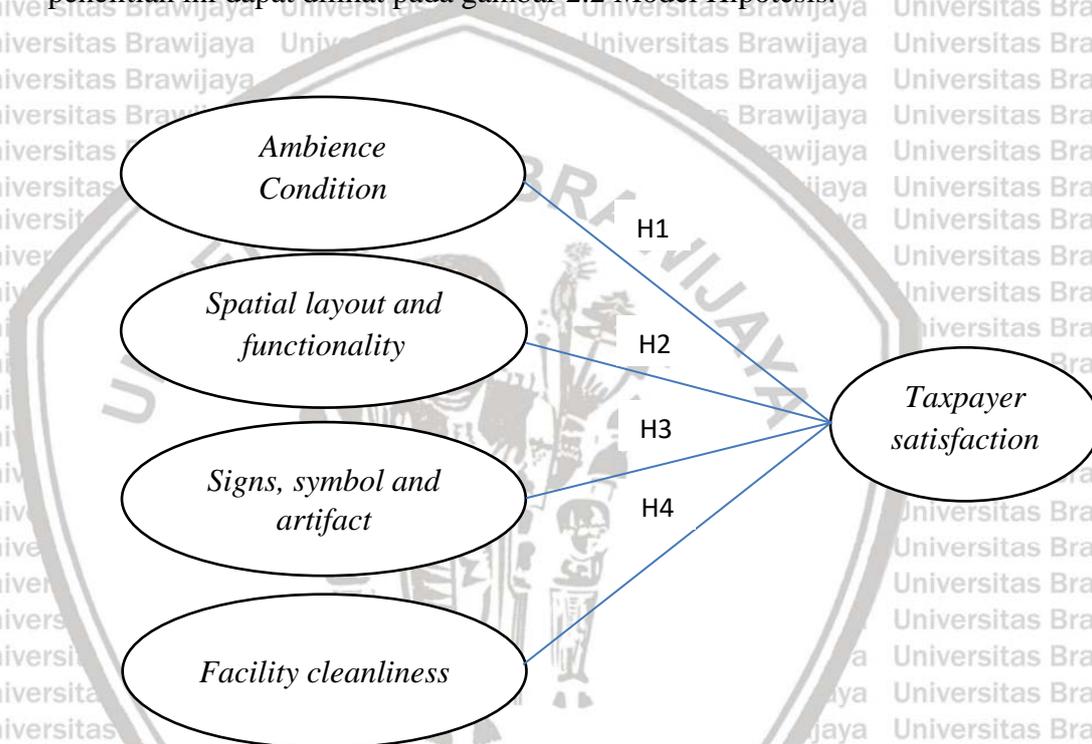


**Gambar 2.1 Model Konsep**

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2020

## 2.4 Model Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan (Sugiyono, 2016:64). Hipotesis dapat didefinisikan juga sebagai hubungan antara dua atau lebih variabel dalam bentuk pertanyaan yang dapat diuji. Hipotesis dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar 2.2 Model Hipotesis.



**Gambar 2.2 Model Hipotesis**

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2020

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam rumusan masalah. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data (Sugiono, 2014).

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1) Pengaruh Dimensi *Ambient conditions* Terhadap Kepuasan Wajib Pajak

Menurut Zeithaml dan Bitner (2013:296), *ambient conditions* meliputi latar belakang karakteristik lingkungan yang umumnya digunakan untuk mempengaruhi panca indera. *Ambient conditions* ini sangat mempengaruhi bagaimana orang merasakan, berpikir dan merespon terhadap keberadaan suatu produk atau jasa. Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Rijae dan Magnadi (2018), hasil penelitian yang dilakukan melalui uji regresi berganda ditemukan hasil yang positif sebesar 0,478 serta hasil uji t dimana t hitung = 6,624 lebih besar dari t tabel = 1,660 atau nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dapat disimpulkan hipotesis yang menyebutkan bahwa *ambient conditions* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung dapat diterima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pada variabel *ambient conditions* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung penumpang keberangkatan domestik di bandara Ahmad Yani. Dalam Berdasarkan teori dan hasil penelitian di atas maka hipotesis peneliti sebagai berikut ;

H 1a : Dimensi *Ambient conditions* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan wajib pajak.

### 2) Pengaruh Dimensi *Spatial layout and functionality* Terhadap Kepuasan Wajib Pajak

Menurut Lovelock, Wirtz, dan Mussy (2010:18), tata letak spasial (*spatial layout*) merupakan rancangan lantai, ukuran, dan bentuk prabotan, meja konter, mesin, serta peralatan potensial, dan bagaimana semua disusun. Fungsionalitas (*functionality*) merujuk pada kemampuan benda-benda tersebut untuk

memudahkan performa transaksi layanan. Tata letak ruangan dan fungsional menciptakan *servicescape* (lingkungan layanan) *visual* dan *functional* sehingga penghantaran dan konsumsi layanan bisa terjadi. Dimensi ini menentukan aplikasi yang ramah guna dan kemampuan fasilitas untuk melayani pengunjung dengan baik dan semua ini bukan saja berdampak pada efisiensi operasi layanan, tetapi juga membentuk pengalaman hal ini di dukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Lam *et al.*, (2011) hasil penelitian menunjukkan bahwa navigasi sangat mempengaruhi kepuasan pengunjung *game* di kasino Makau.

Ketika mesin, peralatan dan perabotan diatur dengan baik, pengunjung dapat menelusuri area layanan dengan lebih mudah. Ini meningkatkan citra kasino secara keseluruhan dan meningkatkan kepercayaan pemain *game* bahwa mereka telah datang ke kasino yang tepat. Demikian pula, ketika tata letak dan fungsionalitas *servicescape* dirancang dengan baik, pengunjung dapat menavigasi area layanan dengan lebih baik dan memiliki persepsi kontrol yang lebih besar terhadap lingkungan. Hal ini dapat membuat mereka mengalami lebih banyak kesenangan di kasino, yang meningkatkan tingkat kepuasan pengunjung kasino.

Sui, *et al.*, (2012) menyatakan bahwa tata letak desain yang baik seperti kemudahan akses ke fasilitas pelanggan, akan meningkatkan persepsi dan meningkatkan persentase pelanggan untuk kembali. Berdasarkan teori dan hasil penelitian di atas maka hipotesis peneliti sebagai berikut ;

H 2 : Dimensi *Spatial layout and functionality* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan wajib pajak.

### 3) Pengaruh Dimensi *Sign, symbol and artifact* Terhadap Kepuasan Wajib Pajak

Menurut Zeithaml dan Bitner (2013:296) *Sign, symbol and artifact* dimana *Signs* digunakan untuk mengkomunikasikan label, tujuan dan peraturan, sedangkan *symbol and artifact* memberikan isyarat kepada pengunjung mengenai tempat, norma dan perilaku yang diharapkan dalam tempat tersebut. Item-item ini bertindak sebagai sinyal eksplisit dan implisit yang mengkomunikasikan tempat pada penggunaannya. Tanda petunjuk dan keterangan yang cukup akan mengurangi persepsi atau kesimpangsiuran dan stres. *Symbol and artifact* memberikan sinyal komunikasi implisit dan menciptakan daya tarik estesis secara keseluruhan. *Sign, symbol and artifact* sangat penting sebagai bentuk “*first impression*” dari pengunjung dan untuk mengkomunikasikan konsep baru dalam suatu jasa.

Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Artuger, S. (2020), tanda dan simbol merupakan faktor terpenting yang mempengaruhi kepuasan pengunjung. Hotel yang menjadi ruang lingkup penelitian ini adalah hotel resort yang menjalankan sistem semua inklusif. Oleh karena itu, hotel-hotel ini tersebar di wilayah yang luas. Untuk alasan ini, pengunjung mungkin ingin mencari ke mana mereka ingin pergi di dalam hotel tanpa kesulitan. Dalam perspektif lain Sui, *et al.* (2012) menyoroti bahwa isyarat yang dibuat oleh tanda, simbol, dan artefak mampu membentuk kesan pertama dari keseluruhan *servicescape*. Berdasarkan teori dan hasil penelitian di atas maka hipotesis peneliti sebagai berikut:

H 3 : Dimensi *Sign, symbol and artifact* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan wajib pajak.

#### 4) Pengaruh Dimensi *Facility Cleanliness* Terhadap Kepuasan Wajib Pajak

Menurut Wakefield dan Blodgett (1996), *facility cleanliness* atau kebersihan sebuah fasilitas adalah bagian penting dalam *servicescape*, terutama bagi pengguna jasa yang harus menghabiskan beberapa jam di area pelayanan.

Dikutip dari penelitian Lam, *et al.*, (2011), orang pada umumnya merasa lebih nyaman tinggal di lingkungan yang bersih dengan demikian kebersihan mempengaruhi berapa lama mereka akan tinggal di area layanan. Lingkungan yang rapih dan bersih secara konseptual menciptakan citra pelayanan yang professional dan unggul (Gray dan Sansolo, 1993). Dengan demikian kebersihan dapat berfungsi untuk meningkatkan citra sosial yang buruk.

Lingkungan yang bersih menandakan bahwa layanan yang diberikan dapat diterima secara sosial. Hal ini dukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Lam, *et al.*, (2011) menunjukkan bahwa kebersihan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Lingkungan yang bersih dapat menciptakan kesan yang baik terhadap layanan profesioanal dan berkualitas tinggi, sehingga memberi kesan pada pengunjung bahwa mereka menerima kualitas layanan yang baik. Berdasarkan teori dan hasil penelitian di atas maka hipotesis peneliti yaitu:

H 4 : Dimensi *Facility cleanliness* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan wajib pajak.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jenis Penelitian

Penelitian merupakan kegiatan ilmiah yang dilaksanakan untuk menemukan, menguji kebenaran suatu masalah yang bertujuan mencari solusi.

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian eksplanatori (*explanatory research*). Menurut Zulganef (2013), *explanatory research* adalah penelitian yang

menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel yang memengaruhi

hipotesis. Penelitian eksplanatori dalam penelitian ini digunakan untuk

mengetahui pengaruh variabel dimensi *servicescape* meliputi *Ambient conditions*

( $X_1$ ), *Spatial layout and functionality* ( $X_2$ ), *Sign, symbol and artifact* ( $X_3$ ) dan

*Facility cleanliness* ( $X_4$ ) terhadap kepuasan wajib pajak (Y). Pada penelitian

diperlukan suatu pendekatan yang dapat membantu dalam pengolahan data

penelitian.

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif.

Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-

penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik

atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Pendekatan kuantitatif

memusatkan perhatian pada gejala-gejala yang mempunyai karakteristik tertentu di

dalam kehidupan manusia yang dinamakan sebagai variabel. Pada pendekatan

kuantitatif, hakikat hubungan diantara variabel-variabel dianalisis dengan

menggunakan teori yang objektif (Sujarweni & Utami, 2019:3).

### 3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat penelitian dilaksanakan untuk memperoleh data yang valid serta akurat sehingga bermanfaat untuk membatasi daerah yang diteliti (Usman dan Akbar, 2014: 41). Lokasi penelitian yang dipilih oleh peneliti dalam penelitian ini adalah Kantor bersama SAMSAT yang berada di Kantor UPTD Wilayah I SAMSAT Bandar Lampung. Letaknya tepat di Kota Bandar Lampung, Provinsi Lampung. Lokasi ini sangat strategis karena terletak di pusat kota dan berada di salah satu sentral bisnis, sehingga sangat mudah dijangkau oleh Wajib Pajak.

### 3.3 Variabel Penelitian, Definisi Operasional dan Skala Pengukuran

#### 3.3.1 Variabel Penelitian

Variabel merupakan segala sesuatu yang akan menjadi objek pengamatan dalam penelitian. Sugiyono (2017) mengungkapkan bahwa variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan.

Jenis-jenis variabel dalam penelitian dapat dibedakan menjadi 2 (dua) yaitu:

##### 3.3.1.1 Variabel Independen (Bebas)

Variabel Independen adalah variabel yang memengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (bebas) (Sugiyono, 2017).

Variabel Independen dalam penelitian ini yaitu *servicescape* meliputi dimensi *Ambient conditions* ( $X_1$ ), *Spatial layout and functionality* ( $X_2$ ), *Sign, symbol and artifact* ( $X_3$ ) dan *Facility cleanliness* ( $X_4$ )

### 3.3.1.2 Variabel Dependen (Terikat)

Menurut Sugiyono (2017), variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu Kepuasan wajib pajak (Y).

### 3.3.2 Definisi Operasional

Definisi operasional menurut Wijaya (2013:14) adalah cara tertentu yang digunakan untuk mengoperasionalkan konsep sehingga memungkinkan bagi peneliti lain untuk melakukan replikasi pengukuran konsep dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran konsep yang lebih baik. Operasional variabel digunakan untuk menentukan jenis, indikator, skala dari variabel-variabel yang terkait dengan penelitian, sehingga mempermudah dalam pengukuran masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Definisi variabel-variabel dalam penelitian ini sebagai berikut:

#### 3.3.2.1 Definisi operasional dimensi *ambient conditions*

Menurut Lovelock, Wirtz dan Mussry (2010:12) kondisi sekitar (*ambient conditions*) yaitu segala karakteristik lingkungan yang dapat dirasakan oleh pancaindra. Karakteristik yang ada merupakan ratusan elemen desain dan detail yang harus berkerja sama apabila dibentuk untuk menghasilkan lingkungan layanan yang diinginkan. Menurut Zithmal dan Bitner (2013:296) *ambient conditions* meliputi latar belakang karakteristik lingkungan yang umumnya digunakan untuk mempengaruhi panca indera. Fator *ambient conditions* meliputi temperatur udara, pencahayaan, kebisingan, musik, aroma atau bau, dan warna.

Semua faktor ini sangat mempengaruhi bagaimana orang merasakan, berpikir dan

merespon terhadap keberadaan suatu produk atau jasa. Indikator dan item *ambient conditions* diadaptasi dari penelitian Siu et al., (2012) yaitu suhu, kualitas udara, music, aroma, dan pencahayaan.

### 3.3.2.2 Definisi operasional dimensi *Spatial layout and functionality*

Menurut Zeithaml dan Bitner (2013:296), Lingkungan layanan pada umumnya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pengunjung, oleh karena itu tata ruang tentu sangat penting. *Spatial layout* menunjukkan bagaimana mesin, peralatan dan furnitur diatur atau disusun, ukuran dan bentuk dari item tersebut, dan hubungan spesial diantara semuanya, sedangkan *functionality* menunjukkan pada kemampuan dari setiap item untuk memfasilitasi pencapaian tujuan pengunjung dan karyawan. Menurut Lovelock (2010), *spatial layout* mengacu pada ukuran dan bentuk fasilitas lingkungan serta pengaturan letak peralatan dan perabotan. *Functionality* mengacu pada kegunaan dari fasilitas yang dimiliki. Indikator *spatial layout and functionality* diadaptasi dari penelitian Rijae dan Magnadi (2018) yaitu lahan parkir, desain ruangan, tata letak interior, ketersediaan tempat duduk, tata letak toilet, dan fasilitas sesuai fungsi.

### 3.3.2.3 Definisi operasional dimensi *sign, symbol and artifact*

Menurut Zeithaml dan Bitner (2013: 296), *signs* digunakan untuk mengkomunikasikan label, tujuan dan peraturan, sedangkan *symbol and artifact* memberikan isyarat kepada pengunjung mengenai tempat, norma dan perilaku yang diharapkan dalam tempat tersebut. Item-item ini bertindak sebagai sinyal eksplisit dan implisit yang mengkomunikasikan tempat pada penggunaannya. *Symbol and artifact* memberikan sinyal komunikasi implisit dan menciptakan

daya tarik estetis secara keseluruhan. *Sign, symbol and artifact* sangat penting sebagai bentuk “*first impression*” dari pengunjung dan untuk mengkomunikasikan konsep baru dalam suatu jasa. Indikator *sign, symbol and artifact* diadaptasi dari penelitian Rijae dan Magnadi (2018) yaitu karyawan berpenampilan menarik, paham arti nama perusahaan, petunjuk arah, tanda-tanda atau simbol, dekorasi dan *announcer* terdengar jelas.

#### 3.3.2.4 Definisi operasional *Facility Cleanliness*

Menurut Wakefield dan Blodgett (1996), *facility cleanliness* atau kebersihan sebuah fasilitas adalah bagian penting dalam *servicescape*, terutama bagi pengguna jasa yang harus menghabiskan beberapa jam di area pelayanan. Indikator dan item *facility cleanliness* diadaptasi dari penelitian Siu et al., (2012), yaitu kebersihan yang mencakup seluruh aspek lingkungan pelayanan, termasuk lantai, dinding, toilet, dan area pelayanan lainnya.

#### 3.3.2.5 Definisi operasional Kepuasan Pengunjung

Menurut Kotler dan Armstrong (2014:35), mendefinisikan kepuasan pengunjung adalah sejauh mana kinerja suatu produk yang dirasakan sesuai dengan harapan pembeli. Jika kinerja produk tidak sesuai dengan harapan, maka pengunjung akan merasa tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan harapan, maka pengunjung akan merasa puas. Jika kinerja melebihi harapan, pengunjung akan merasa sangat puas atau senang. Indikator kepuasan pengunjung diadaptasi dari penelitian Artuger.S (2020) :

- 1) Kesesuaian dengan harapan pengunjung;
- 2) Tingkat kepuasan terhadap pelayanan;

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Pengukuran

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Item
<i>Ambient conditions</i> (X <sub>1</sub> ) Siu <i>et al.</i> , (2012)	kondisi sekitar ( <i>ambient conditions</i> ) yaitu segala karakteristik lingkungan yang dapat dirasakan oleh pancaindra. (Lovelock, <i>et al.</i> , 2010:12)	Suhu	Suhu di fasilitas itu nyaman
		Kualitas Udara	Kualitas udara di fasilitas bagus
		Musik	Musik latar / suara sesuai
		Aroma	Aroma di fasilitas itu menyenangkan
		Pencahayaan	Pencahayaan di fasilitas sangat baik
<i>Spatial layout and functionality</i> (X <sub>2</sub> ) Rijae & Magnadi. (2018)	<i>Spatial layout</i> mengacu pada ukuran dan bentuk fasilitas lingkungan serta pengaturan letak peralatan dan perabotan. <i>Functionality</i> mengacu pada kegunaan dari fasilitas yang dimiliki. (Lovelock, <i>et al.</i> , 2010:12)	Lahan parkir	Tempat lahan parkir memadai
		Desain ruangan	Desain ruangan menarik
		Tata letak interior	Tata letak bandara sudah sesuai dan menarik
		Ketersediaan tempat duduk	Tempat duduk memadai
		Tata letak toilet	Toilet mudah dijangkau
		Fasilitas sesuai fungsi	Fasilitas dan layanan sudah memenuhi kebutuhan pelanggan
	Sarana Pertokoan Memadai		

Lanjutan Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Pengukuran

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Item
			<i>Flight display information</i> memadai
<i>Signs, Symbol and artifact</i> (X <sub>3</sub> ) Rijae & Magnadi (2018)	<i>Signs</i> digunakan untuk mengkomunikasikan label, tujuan dan peraturan, sedangkan <i>symbol and artifact</i> memberikan isyarat kepada pengunjung mengenai tempat, norma dan perilaku yang diharapkan dalam tempat tersebut (Zeithmal dan Bitner, 2013: 296)	Karyawan berpenampilan menarik	Karyawan mudah berpenampilan menarik
		Paham arti nama perusahaan	Paham arti nama perusahaan
		Perunjuk arah	Arus arah mengunjung jelas
		Tanda-tanda / simbol	Tanda-tanda dan symbol mudah ditemukan
		Dekorasi	Dekorasi menarik perhatian
		<i>Announcer</i> terdengar jelas	<i>Announcer</i> terdengar jelas
<i>Facility cleanliness</i> (X <sub>4</sub> ) Siu, <i>et al.</i> , (2012)	<i>Facility cleanliness</i> atau kebersihan sebuah fasilitas adalah bagian penting dalam <i>servicescape</i> , terutama bagi pengguna jasa yang harus menghabiskan beberapa jam di area pelayanan. (Wakefield dan Blodgett, 1996)	Kebersihan lingkungan layanan	Fasiliats ini menjaga kebersihan toilet
			Fasilitas memelihara area layanan yang bersih
			Secara keseluruhan fasilitas tersebut dijaga kebersihannya.

Lanjutan Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Pengukuran

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Item
Kepuasan Pengunjung (Y) Artuger. S (2020)	Kepuasan pengunjung adalah sejauh mana kinerja suatu produk atau jasa yang dirasakan sesuai dengan harapan pengunjung. (Kotler dan Armstrong, 2014:35)	Kesesuaian dengan harapan pengunjung  Tingkat kepuasan terhadap pelayanan	Fasilitas menjaga kebersihan jalan masuk dan jalan keluar
			Pengalaman saya di hotel ini melebihi ekspektasi saya
			Saya puas dengan lingkungan fisik bandara
			Saya puas dengan pengalaman menginap di hotel ini
			Secara keseluruhan saya puas mengunjungi hotel ini

### 3.4 Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif (Sugiyono, 2017: 92). Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Penggunaan skala *likert* menurut Sugiyono (2017:93) adalah “sekala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian atau gejala sosial”. Menggunakan skala *likert*, maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel.

Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pertanyaan atau pernyataan. Peneliti menggunakan 5 (lima) skala *likert* dikarenakan mampu memberikan kesempatan kepada responden atas jawabannya yang bersifat ragu-ragu. Skala *likert* dengan 5 skala memiliki gradasi jawaban dari sangat positif hingga sangat negatif dan merupakan skala yang paling umum digunakan. Alasan selanjutnya, peneliti menggunakan 5 skala agar memudahkan responden dalam menjawab pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Berikut ini merupakan skala *likert* yang digunakan untuk item pertanyaan variabel yang terdapat dalam instrument penelitian:

**Tabel 3.2 Skala Likert**

No	Jawaban Responden	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-ragu/netral (R)	3

No	Jawaban Responden	Skor
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2017: 94)

### 3.5 Populasi dan Sampel

#### 3.5.1 Populasi

Menurut Bungin dalam Siregar (2014:56), populasi penelitian merupakan keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian. Berdasarkan penelitian tersebut, maka populasi penelitian ini adalah wajib pajak yang melakukan pembayaran pajak kendaraan bermotor di Kantor bersama SAMSAT kota Bandar Lampung.

#### 3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil dari sebagian sumber data dan dapat mewakili populasi (Riduan dan Engkos, 2008:48). Penentuan sampel dilakukan dengan *nonprobability sampling* dengan teknik *accidental sampling* yaitu sampel yang kebetulan dapat ditemu oleh peneliti digunakan untuk menjamin agar sampel yang terpilih bisa mewakili semua populasinya. Peneliti menentukan jumlah sampel menggunakan salah satu saran yang diberikan oleh Roscoe (1975) dalam (Slamet, Riyanto & Hatmawan, 2020:14) memberikan pedoman penentuan dalam jumlah sampel sebagai berikut:

- a. Sebaiknya ukuran sampel diantara 30 s/d 500 elemen,

- b. Jika sampel dipecah lagi kedalam sub sampel (laki-laki/perempuan, SD/SLTP/SMU, dsb), jumlah minimum sub sampel harus 30.
- c. Pada penelitian *multivariate* (termasuk analisis regresi *multivariate*) ukuran sampel harus beberapa kali lebih besar (10 kali) dari jumlah variabel yang akan dianalisis.
- d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, dengan pengendalian yang ketat, ukuran sampel bisa antara 10 s/d 20 elemen.

Karena populasi tidak diketahui secara pasti jumlahnya, untuk menentukan jumlah sampel pada penelitian *multivariate* ukuran sampel harus beberapa kali lebih besar (10 kali) dari jumlah variabel yang akan dianalisis. Peneliti menggunakan 5 variabel yaitu 1 variabel dependen dengan 4 variabel independen dan minimum jumlah sampel sebanyak 20 kali dari jumlah variabel, maka jumlah minimum sampel dalam penelitian ini adalah 100 sampel.

### 3.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam rangka untuk mendapatkan data dalam penelitian ini maka diperlukan suatu alat untuk mengumpulkan data. Menurut Sugiyono (2019: 296), menjelaskan bahwa teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan dari penelitian adalah untuk mendapatkan data. Pengumpulan data ini dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber dan berbagai cara.

### 3.6.1 Jenis dan Sumber Data

#### 3.6.1.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif dalam penelitian ini menggunakan jawaban responden dengan skala *likert* melalui kuesioner (Agung, 2012). Skala *likert* pada penelitian ini sesuai pada tabel 3.2

#### 3.6.1.2 Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder sebagai sumber data. sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

##### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung oleh peneliti dari hasil penelitian terhadap obyek yang diteliti (Sugiyono, 2014). Sumber data primer merupakan data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertama.

Data primer dalam penelitian ini adalah data yang bersumber dari jawaban responden setelah mengisi kuesioner. Data tersebut disebut data primer karena dalam melaksanakan penelitian, peneliti memperoleh dan mengumpulkan data langsung menggunakan menggunakan kuesioner formulir daring seperti *Google Form* kepada wajib pajak kendaraan bermotor yang melakukan pembayaran pajak kendaraan bermotor di Kantor bersama SAMSAT kota Bandar Lampung.

##### 2. Data Skunder

Sumber data selanjutnya adalah data sekunder, yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui pihak lain. Darmawan (2013: 13), berpendapat bahwa data sekunder merupakan data yang tidak secara langsung memberikan

data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder dalam penelitian ini terdiri data dari buku, jurnal, yang berkaitan dengan penelitian ini.

### **3.7 Metode Pengumpulan Data**

Teknik Pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data (Sugiyono, 2016:224). Peneliti akan mendapatkan data yang memenuhi standar data apabila mengetahui teknik pengumpulan data. Pengumpulan data merupakan langkah yang amat penting dilakukan karena data yang dikumpulkan akan digunakan untuk memecahkan masalah yang sedang diteliti atau untuk menguji hipotesis yang sudah dirumuskan. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode survey dengan menyebarkan kuesioner.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis pada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2014). Langkah – langkah yang ditempuh oleh peneliti dalam pengumpulan data menggunakan kuesioner yaitu peneliti menentukan indikator sesuai dengan variabel yang terdapat pada penelitian ini, masing – masing indikator diperoleh dari penelitian-penelitian sejenis. Kemudian peneliti menyusun item – item pertanyaan sesuai dengan indikator yang ada pada masing – masing variabel.

#### **3.7.1 Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam atau fenomena sosial yang diamati (Sugiyono, 2017:100).

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner (angket).

“Metode angket atau kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang dipergunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang diketahui” (Suharsimi, 2006:151). Angket atau kuesioner ini untuk mendapatkan data mengenai wajib pajak yang melakukan pembayaran pajak kendaraan bermotor di Kantor SAMSAT kota Bandar Lampung. Penggunaan kuesioner ini diharapkan akan memudahkan bagi responden dalam memberikan jawaban karena responden hanya memberikan tanda *check list* (✓) pada jawaban yang sudah tersedia sehingga untuk menjawabnya hanya perlu waktu singkat.

### 3.8 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan bantuan *software Statistical Package for Social Sciences* (SPSS) versi 25. Analisis data digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang ada, berikut penjelasannya. Menurut Sugiyono (2017: 243), analisis data diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Teknik analisis data yang digunakan penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang

berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2016:147). Alat analisis yang dihasilkan dalam penelitian ini diperoleh melalui data primer berupa kuesioner.

Statistik deskriptif dapat digunakan bila peneliti hanya ingin mendeskripsikan data sampel dan tidak ingin membuat kesimpulan yang berlaku untuk populasi dimana sampel diambil (Sugiyono, 2017:147).

### 3.8.2 Uji Validasi dan Reliabilitas

Uji validitas dan uji reliabilitas adalah pengujian instrumen untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel. Pengujian dalam penelitian ini menggunakan *software* yaitu *Statistical Package for Social Science* (SPSS)

Versi 25. Uji validitas dan reliabilitas dapat diketahui dengan penjelasan sebagai berikut.

#### 3.8.2.1 Uji Validasi

Validitas dalam suatu penelitian ditentukan oleh proses pengukuran yang akurat. Uji validitas ini digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Menurut Arikunto (2010: 211) mengungkapkan bahwa validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang sah dan valid mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya jika instrument tersebut kurang valid maka memiliki validitas yang rendah.

Pengujian validitas instrument penelitian dilakukan dengan cara memasukkan hasil jawaban responden untuk masing-masing variabel kedalam perhitungan *correlations* dalam program SPSS versi 25. Menurut Ghozali (2018), suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk

mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Variabel dikatakan valid jika nilai koefisien korelasi ( $r$ ) antara indikator pertanyaan dengan skor total indikator mempunyai taraf signifikan dibawah atau sama dengan 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ) maka indikator pertanyaan yang digunakan dalam penelitian tersebut valid, sebaliknya jika nilai koefisien korelasi ( $r$ ) antara indikator pertanyaan dengan skor total mempunyai taraf signifikan diatas 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ) maka indikator pertanyaan yang digunakan dalam instrumen tersebut tidak valid. Pengujian validitas juga dapat dilakukan dengan menggunakan metode *Product Moment Person*, yaitu dengan cara membandingkan nilai koefisien korelasi antara item pertanyaan dengan total jawaban ( $r$  hitung), dengan nilai  $r$  tabel pada tingkat kesalahan ( $\alpha$ ) 5%. Jika  $|r \text{ hitung} > r \text{ tabel}|$  untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-2$  maka pertanyaan atau indikator tersebut dikatakan valid, demikian sebaliknya jika  $|r \text{ hitung} < r \text{ tabel}|$  maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan tidak valid.

### 3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat kestabilan suatu alat pengukur dalam mengukur suatu gejala atau kejadian. Reliabel artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2019: 362). Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban dari seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*.

Uji statistik *Cronbach's Alpha* digunakan untuk mengukur reliabilitas suatu variabel. Variabel penelitian dapat dikatakan reliabel apabila *Cronbach's Alpha* lebih besar atau sama dengan 0,60 ( $\alpha \geq 0,60$ ) dan apabila *Cronbach's Alpha* semakin mendekati 1 mengidentifikasi bahwa semakin tinggi pula konsistensi internal reliabilitasnya (Ghozali, 2016).

### 3.8.3 Uji Asumsisi Klasik

Uji asumsi klasik diperlukan dalam penelitian ini sebagai alat untuk mengetahui dan mengukur ada tidaknya pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

#### 3.8.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2016: 154). Model regresi yang baik adalah data distribusi normal atau mendekati normal. Penelitian ini menggunakan uji normalitas dengan analisis statistik. Uji statistik yang dimaksud menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* untuk mendeteksi kenormalan residual. Apabila angka signifikansi uji *kolmogorovsmirnov*  $> 0,05$  maka menunjukkan data berdistribusi normal. Sebaliknya, apabila angka signifikansi uji *Kolmogorov-Smirnov*  $< 0,05$  maka menunjukkan data tidak berdistribusi normal.

#### 3.8.3.2 Uji Multikoloniaritas

Uji multikoloniaritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas atau tidak (Ghozali, 2016: 103).

Uji multikoloniaritas dilakukan apabila jumlah variabel bebas (independen) lebih dari satu. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi di antara variabel bebas. Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antara variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antara variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat.

Selain itu uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses mengambil keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Sujarweni & Utami, 2019). Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal, yaitu dimana nilai kolerasi antara sesama variabel independen sama dengan nol. Pendeteksian terhadap multikoloniaritas dapat dilakukan dengan menggunakan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan dengan menggunakan nilai *tolerance*. Apabila nilai  $|VIF \leq 10|$  dan nilai  $|Tolerance \geq 0,10|$ , maka menunjukkan tidak adanya kolerasi antara variabel independen dan menunjukkan tidak terjadinya multikoloniaritas, sebaliknya jika nilai  $|VIF \geq 10|$  dan nilai  $|Tolerance \leq 0,10|$ , maka menunjukkan terdapat kolerasi antara variabel independen dalam regresi.

### 3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain (Ghozali, 2016: 134). Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda disebut heteroskedastisitas.

Model regresi yang baik adalah yang homoskedastis atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2016: 134).

Mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas di dalam model regresi dapat menggunakan beberapa cara, salah satunya dengan menggunakan uji glejser. Uji glejser mengusulkan untuk meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen (Gujarati, 2003 dalam Ghozali, 2016: 137). Jika nilai probabilitas signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5% ( $\alpha > 0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

Jika nilai probabilitas signifikansinya di bawah tingkat kepercayaan 5% ( $\alpha < 0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa model regresi mengandung adanya heteroskedastisitas

#### 3.8.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda merupakan regresi yang memiliki satu variabel dependen dan lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk menguji pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen dan menunjukkan arah hubungan variabel. Dalam Penelitian ini variabel independen yang digunakan yaitu dimensi dari *servicescape* meliputi *ambient conditions, spatial layout and functionality, sign, symbol and artifact*, dan *facility cleanliness*. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan. Rumus regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan :

**Y = Kepuasan Wajib Pajak**

**a = Konstanta**

**b = Koefisien regresi masing-masing variabel bebas**

**X<sub>1</sub> = Ambient conditions**

**X<sub>2</sub> = Spatial layout and functionality**

**X<sub>3</sub> = Sign, symbol dan artifak**

**X<sub>4</sub> = Facility cleanliness**

**e = Kesalahan Pengganggu (*standart error*)**

### 3.8.5 Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) digunakan untuk mengukur besarnya sumbangan variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen.

R<sup>2</sup> mempunyai nilai antara 0 dan 1 (0 < R<sup>2</sup> < 1). Semakin tinggi nilai R<sup>2</sup> atau mendekati 1, maka semakin baik karena variabel independen secara bersama-sama mampu menerangkan faktor terikatnya. Jika nilai R<sup>2</sup> semakin kecil atau mendekati 0, maka semakin kecil pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Kelemahan terhadap penggunaan koefisien determinasi yaitu setiap tambahan satu variabel independen, R<sup>2</sup> pasti meningkat tanpa peduli suatu variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Agar tidak terjadi bias, peneliti menggunakan nilai Adjusted R<sup>2</sup> saat mengevaluasi model regresi yang baik (Ghozali, 2018).

### 3.8.6 Pengujian Hipotesis

#### 3.8.6.1 Uji Hipotesis Parsial (Uji Statistik t)

Menurut Ghozali (2016: 97), Uji t digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial. Tingkat signifikansi pengujian ini adalah sebesar 5%. Dasar pengambilan keputusan yang digunakan dalam uji t adalah sebagai berikut:

1. Apabila nilai signifikansi  $<0,05$ , maka secara parsial variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Apabila nilai signifikansi  $>0,05$ , maka secara parsial variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

##### 4.1.1 Kantor UPTD Wilayah I SAMSAT Bandar Lampung

Unit Pelaksanaan Teknis Daerah (UPTD) Wilayah I SAMSAT Bandar

Lampung terletak di jalan Pramuka, Rajabasa, Kecamatan Rajabasa, Kota Bandar

Lampung, Lampung 35142. UPTD I dibentuk berdasarkan Peraturan Gubernur

Lampung Nomor 29 Tahun 2019 Tentang Pembentukan, Organisasi dan Tata

Kerja Unit Pelaksana Teknis Daerah Pendapatan Pada Badan Pendapatan Daerah

Provinsi Lampung. UPTD Pendapatan Wilayah I Kelas A, berkedudukan di Kota

Bandar Lampung meliputi Kantor SAMSAT Bandar Lampung.

##### 4.1.2 Visi, Misi dan Motto Kantor SAMSAT Bandar Lampung

1. Visi:

“Rakyat Lampung Berjaya”

2. Misi :

“Mewujudkan “*Good Governance*” Untuk Meningkatkan Kualitas dan  
Pemerataan Pelayanan Publik ”

3. Motto:

“Profesional Jiwaku, Terdepan Pelayanan Tujuanku”

##### 4.1.3 Wilayah Kerja Kantor SAMSAT Bandar Lampung

Kantor Bersama SAMSAT adalah layanan satu atap terdiri dari kepolisian

daerah Lampung yang bertugas di bidang registrasi dan identifikasi, Badan

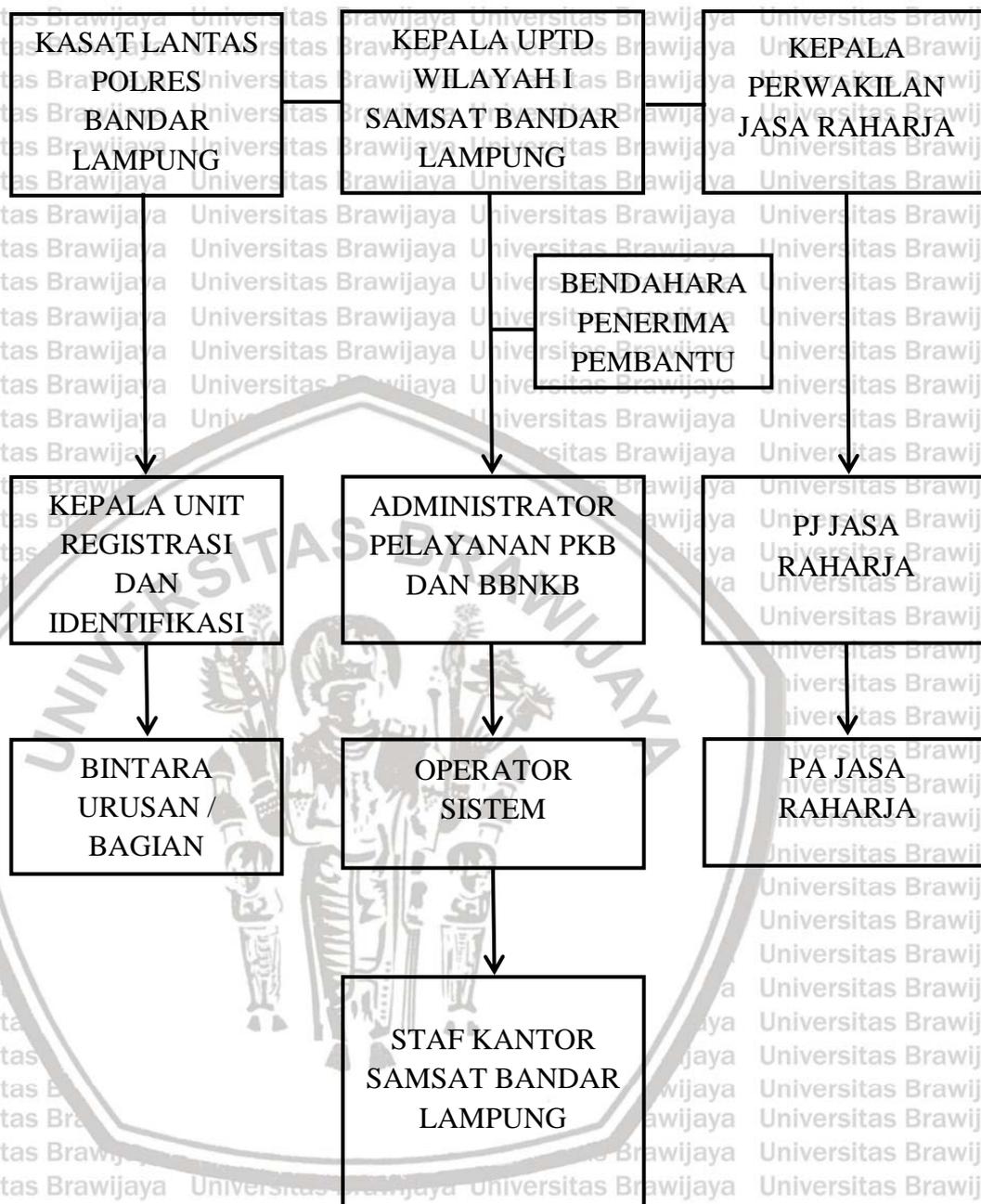
pendapatan daerah Provinsi Lampung yang bertugas dibidang pemungutan pajak

kendaraan bermotor (PKB) dan PT Jasa Raharja (Persero) Cabang Bandar Lampung yang bertugas di bidang penyelenggaraan Asuransi Dana Kecelakaan Lalu Lintas Jalan. Kantor SAMSAT Bandar Lampung memiliki cakupan wilayah kerja yang meliputi 20 kecamatan dan 126 kelurahan, yakni

- |                         |                        |
|-------------------------|------------------------|
| 1. Kedaton              | 11. Tanjung Senang     |
| 2. Sukarame             | 12. Sukabumi           |
| 3. Tanjung Karang Barat | 13. Kemiling           |
| 4. Panjang              | 14. Labuhan Ratu       |
| 5. Tanjung Karang Timur | 15. Way Halim          |
| 6. Tanjung Karang Pusat | 16. Langakpura         |
| 7. Teluk Betung Selatan | 17. Enggal             |
| 8. Teluk Betung Barat   | 18. Kedamaian          |
| 9. Teluk Betung Utara   | 19. Teluk Betung Timur |
| 10. Rajabasa            | 20. Bumi Waras         |

#### 4.1.4 Struktur Organisasi Kantor SAMSAT Bandar Lampung

Struktur organisasi Kantor SAMSAT Bandar Lampung terdiri dari Kepala Satuan Lalu Lintas Polres Bandar Lampung, Kepala Unit Regristasi dan Identifikasi, Bintara Urusan atau Bagian, Kepala UPTD Wilayah 1 SAMSAT Bandar Lampung, Bendahara Penerima Pembantu, Adiminstrator Pelayanan PKB dan BBNKB, Operator System, Staf Kantor SAMSAT Bandar Lampung, Kepala Perwakilan Jasa Raharja, Penanggung Jawab Jasa Raharja, Pelaksana Jasa Raharja, Struktur organisasi disajikan dalam gambar 4.1.



Gambar 4.1. Struktur Organisasi Kantor SAMSAT Bandar Lampung  
 Sumber : UPTD Wilayah I SAMSAT Bandar Lampung (2021)

#### 4.2 Teknik Analisis Data

Teknik Analisis data dalam penelitian ini menggunakan bantuan *software Statistical Package for Social Sciences (SPSS)* versi 25. Analisis data digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang ada, berikut penjelasannya.

#### 4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan data yang telah terkumpul dari responden mengenai masing-masing item dengan menghitung jumlah skor dari 5 jenjang jawaban yang telah disediakan. Skor 1 untuk jawaban “Sangat Tidak Setuju” (STS), skor 2 untuk jawaban “Tidak Setuju” (TS), skor 3 untuk jawaban “Ragu-ragu” (R), skor 4 untuk jawaban “Setuju” (S) dan skor 5 untuk jawaban “Sangat Setuju” (SS). Data kemudian dikumpulkan dan ditabulasikan dalam tabel dan dilakukan pembahasan secara deskriptif dalam bentuk angka dan persentase. Melalui tabel distribusi dari setiap variabel, dapat diketahui frekuensi dan persentase skor jawaban responden untuk masing-masing item yang diperoleh dari setiap pernyataan di dalam kuesioner. Kuesioner yang telah jawab oleh responden wajib pajak kendaraan bermotor yang melakukan pembayaran di Kantor SAMSAT Bandar Lampung sejumlah 100 responden.

#### IV.2.2 Gambar Umum Responden

Kuesioner yang disebarkan kepada responden menggunakan kuesioner formulir daring yaitu *Google Form* kepada 100 responden wajib pajak kendaraan bermotor yang melakukan pembayaran pajak kendaraan bermotor di Kantor Bersama SAMSAT kota Bandar Lampung. Penyebaran kuesioner *google form* dilakukan pada tanggal 25 Januari – 13 Februari 2021. Gambaran umum responden di penelitian ini diperoleh dari data identitas responden yang ada dalam kuesioner yang diisi oleh responden. Identitas responden meliputi usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, kunjungan SAMSAT. Responden di dalam

penelitian ini adalah wajib pajak kendaraan bermotor. Gambaran umum responden dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut. Data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat ditunjukkan pada tabel 4.1 dibawah ini.

**Tabel 4.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia**

Usia	Jumlah	Persentase
Dibawah 20 tahun	7	7%
21 – 30 tahun	59	59 %
31 – 40 tahun	32	32 %
41 – 50 tahun	2	2 %
Diatas 50 tahun	0	0 %
Total	100	100 %

Sumber : Data Primer, Diolah Peneliti (2021)

Berdasarkan data yang tercantum dalam tabel 4.1 dari 100 responden menunjukkan bahwa karakteristik responden menurut usia sebanyak 7 responden atau sebesar 7% dari total responden yang berusia “dibawah 20 tahun”. Sebanyak 59 responden atau sebesar 59% dari total responden yang berusia “21 – 30 tahun”. Sebanyak 32 responden atau sebesar 32% dari total responden yang berusia “31 – 40 tahun”. Sebanyak 2 responden atau sebesar 2% dari total responden yang berusia “41 – 50 tahun”, tidak ada responden atau sebesar 0% yang berusia diatas 50 tahun dengan demikian dapat diketahui mayoritas responden adalah berusia 21 – 30 tahun dimana usia tersebut merupakan usia produktif dalam melakukan pekerjaan.

Data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat ditunjukkan pada tabe 4.2 dibawah ini

**Tabel 4.2 Gambaran umum responden berdasarkan jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki – laki	57	57 %
Perempuan	43	43 %
Total	100	100 %

Sumber : Data Primer, Diolah Peneliti 2021

Berdasarkan data yang tercantum dalam tabel 4.2 menunjukkan bahwa dari 100 responden sebanyak 57 responden atau sebesar 57% dari total responden adalah responden laki – laki dan sebanyak 43 responden atau sebesar 43% dari total responden adalah responden perempuan. Dengan demikian dapat diketahui jika responden laki – laki lebih banyak dari pada responden perempuan.

Data karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat ditunjukkan dalam tabel 4.3

**Tabel 4.3 Gambara Umum Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase
SD	0	0 %
SMP	0	0 %
SMA/SMK	41	41 %
D1/D2/D3	12	12 %
S1/S2	47	47 %
Total	100	100 %

Sumber : Data Primer, Diolah Peneliti 2021

Berdasarkan data yang tercantum dalam tabel 4.3 menunjukkan bahwa dari 100 responden karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir sebanyak 41 responden atau sebanyak 41% dari total responden lulusan SMA/SMK. Sebanyak 12 responden atau sebesar 12 % dari total responden lulusan D1/D2/D3 dan sebanyak 47 responden atau sebesar 47% dari total responden lulusan S1/S2. Dalam penelitian ini tidak ditemukan responden atau

sebesar 0% dari total responden dengan pendidikan akhir di tingkat SD dan SMP.

Sehingga data tabel 4.3 menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki pendidikan terakhir di tingkat S1/S2.

Data karakteristik responden berdasarkan jumlah responden yang mengunjungi Kantor SAMSAT Bandar Lampung dapat ditunjukkan dalam tabel

4.4.

**Tabel 4.4 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Kunjungan ke SAMSAT**

Kunjungan ke SAMSAT	Jumlah	Persentase
Pertama kalinya	43	43%
Kedua kalinya	30	30%
Ketiga kalinya	10	10%
Keempat kalinya	3	3%
Kelima kalinya atau lebih	14	14%
Total	100	100%

Sumber : Data Primer, Diolah Peneliti 2021

Berdasarkan data yang tercantum dalam tabel 4.4 menunjukkan bahwa dari 100 responden mayoritas responden baru pertama kali mengunjungi Kantor SAMSAT Bandar Lampung sebanyak 43 responden atau sebesar 43% dari total responden. Sebanyak 30 responden atau sebesar 30% dari total responden mengunjungi Kantor Bersama SAMSAT untuk kedua kalinya, sebanyak 10 responden atau sebesar 10% dari total responden mengunjungi Kantor Bersama SAMSAT untuk ketiga kalinya dan sebanyak 14 responden atau sebesar 14% dari total responden mengunjungi Kantor Bersama SAMSAT lima kali atau lebih.

### 4.2.3 Distribusi Frekuensi Tabel

#### 1. Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel *Ambient Conditions* (Kondisi Lingkungan Sekitar)

Variabel *Ambient Conditions* (Kondisi Lingkungan Sekitar) terdiri dari 5 indikator dengan 6 item pertanyaan yang diberikan kepada responden, jawaban responden dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut ini:

**Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel *Ambient Conditions* (Kondisi Lingkungan Sekitar) ( $X_1$ )**

Item		Jawaban Responden					Jumlah	Mean
		STS	TS	R	S	SS		
X <sub>1.1</sub>	F	0	4	24	65	7	100	3.750
	%	0	4	24	65	7	100	
X <sub>1.2</sub>	F	0	1	21	75	3	100	3.800
	%	0	1	21	75	3	100	
X <sub>1.3</sub>	F	0	3	26	70	1	100	3.690
	%	0	3	26	70	1	100	
X <sub>1.4</sub>	F	0	2	27	65	6	100	3.750
	%	0	2	27	65	6	100	
X <sub>1.5</sub>	F	0	2	7	82	9	100	3.980
	%	0	2	7	82	9	100	
Rata-Rata ( <i>Grand Mean</i> )							3.790	

Sumber : Data Primer, Diolah Peneliti 2021

Keterangan :

X<sub>1.1</sub> : Suhu di Kantor SAMSAT Bandar Lampung sangat nyaman.

X<sub>1.2</sub> : Kualitas udara di Kantor SAMSAT Bandar Lampung sangat bagus.

X<sub>1.3</sub> : Tingkat kebisingan di Kantor SAMSAT Bandar Lampung dapat diterima.

X<sub>1.4</sub> : Aroma di Kantor SAMSAT Bandar Lampung menyenangkan.

X<sub>1.5</sub> : Pencahayaan pada Kantor SAMSAT Bandar Lampung sangat baik.

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa dari 100 responden, untuk item pertama ( $X_{1.1}$ ) yaitu suhu di Kantor SAMSAT Bandar Lampung sangat nyaman, diketahui bahwa tidak ada responden atau sebesar 0% dari total responden yang menyatakan “sangat tidak setuju”. Sebanyak 4 responden atau sebesar 4% dari total responden dengan jawaban “tidak setuju”. Sebanyak 24 responden atau sebesar 24% dari total responden dengan jawaban “ragu-ragu”. Sebanyak 65 responden atau sebesar 65% dari total responden dengan jawaban “setuju” dan sebanyak 7 responden atau sebesar 7% dari total responden dengan jawaban “sangat setuju”. Rata-rata item  $X_{1.1}$  sebesar 3.750 yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika suhu di Kantor SAMSAT Bandar Lampung sangat nyaman.

Item pertanyaan kedua ( $X_{2.2}$ ) tentang kualitas udara di Kantor SAMSAT Bandar Lampung sangat bagus, diketahui bahwa tidak ada responden atau sebesar 0% dari total responden yang menyatakan “sangat tidak setuju”. Sebanyak 1 responden atau sebesar 1% dari total responden dengan jawaban “tidak setuju”. Sebanyak 21 responden atau sebesar 21% dari total responden dengan jawaban “ragu-ragu”. Sebanyak 75 responden atau sebesar 75% dari total responden dengan jawaban “setuju” dan sebanyak 3 responden atau sebesar 3% dengan jawaban “sangat setuju”. Rata-rata item ( $X_{1.2}$ ) sebesar 3.800 yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju jika kualitas udara di Kantor SAMSAT Bandar Lampung sangat bagus.

Item pertanyaan ketiga ( $X_{1.3}$ ) tentang tingkat kebisingan di Kantor SAMSAT Bandar Lampung dapat diterima, diketahui bahwa tidak ada

responden atau sebesar 0% dari total responden yang menyatakan “sangat tidak setuju”. Sebanyak 3 responden atau sebesar 3% total responden dengan jawaban “tidak setuju”. Sebanyak 26 responden atau sebesar 26% dari total responden dengan jawaban “ragu-ragu”. Sebanyak 70 responden atau sebesar 70% dari total responden dengan jawaban “setuju” dan sebanyak 1 responden atau sebesar 1% dari total respon dengan jawaban “sangat setuju”. Rata-rata item ( $X_{1,3}$ ) sebesar 3.690 yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju jika tingkat kebisingan di Kantor SAMSAT Bandar Lampung dapat diterima.

Item pertanyaan keempat ( $X_{1,4}$ ) tentang aroma di Kantor SAMSAT Bandar Lampung menyenangkan, diketahui bahwa tidak ada responden atau sebesar 0% dari total responden yang menyatakan “sangat tidak setuju”. Sebanyak 2 responden atau sebesar 2% dari total responden dengan jawaban “tidak setuju”. Sebanyak 27 responden atau sebesar 27% dari total responden dengan jawaban “ragu-ragu”. Sebanyak 65 responden atau sebesar 65% dari total responden dengan jawaban “setuju” dan sebanyak 6 responden atau sebesar 6% dari total responden dengan jawaban “sangat setuju”. Rata-rata item ( $X_{1,4}$ ) sebesar 3.750 yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju jika aroma di Kantor SAMSAT Bandar Lampung menyenangkan.

Item pertanyaan keempat ( $X_{1,5}$ ) tentang pencahayaan pada Kantor SAMSAT Bandar Lampung sangat baik, diketahui bahwa tidak ada responden atau sebesar 0% dari total responden yang menyatakan “sangat tidak setuju”. Sebanyak 2 responden atau sebesar 2% dari total responden dengan jawaban

“tidak setuju”. Sebanyak 7 responden atau sebesar 7% dari total responden dengan jawaban “ragu-ragu”. Sebanyak 82 responden atau sebesar 82% dari total responden dengan jawaban “setuju” dan sebanyak 9 responden atau sebesar 9% dari total responden dengan jawaban “sangat setuju”. Rata-rata item ( $X_{1.5}$ ) sebesar 3.980 yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju jika pencahayaan pada Kantor SAMSAT Bandar Lampung sangat baik.

## 2. Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel *Spatial Layout and Functionality*

Variabel *Spatial Layout and Functionality* (Tata Ruang dan Fungsi)

memiliki 6 indikator dan 8 item pertanyaan yang diberikan kepada responden.

Jawaban responden dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut ini:

**Tabel 4.6** distribusi frekuensi jawaban variabel *Spatial Layout and functionality* (Tata Ruang dan Fungsi) ( $X_2$ )

Item	Jawaban Responden						Mean
	STS	TS	R	S	SS	Jumlah	
X <sub>2.1</sub>	F	0	3	11	72	14	3.970
	%	0	3	11	72	14	
X <sub>2.2</sub>	F	0	1	15	74	10	3.930
	%	0	1	15	74	10	
X <sub>2.3</sub>	F	0	1	22	68	9	3.850
	%	0	1	22	68	9	
X <sub>2.4</sub>	F	0	5	13	70	12	3.890
	%	0	5	13	70	12	
X <sub>2.5</sub>	F	1	3	27	65	4	3.680
	%	1	3	27	65	4	
X <sub>2.6</sub>	F	0	2	18	71	9	3.870
	%	0	2	18	71	9	
X <sub>2.7</sub>	F	1	3	20	68	8	3.790
	%	1	3	20	68	8	
X <sub>2.8</sub>	F	0	4	10	77	9	3.910
	%	0	4	10	77	9	
Rata-Rata ( <i>Grand Mean</i> )							3.860

Sumber : Data Primer, Diolah Peneliti 2021

Keterangan :

X<sub>2.1</sub> : Tempat lahan parker di Kantor SAMSAT Bandar Lampung memadai.

X<sub>2.2</sub> : Desain ruangan di Kantor SAMSAT Bandar Lampung nyaman dan menarik.

X<sub>2.3</sub> : Tata letak interior di Kantor SAMSAT Bandar Lampung sudah sesuai dan menarik.

X<sub>2.4</sub> : Tempat duduk di Kantor SAMSAT Bandar Lampung memadai.

X<sub>2.5</sub> : Toilet di Kantor SAMSAT Bandar Lampung mudah dijangkau.

X<sub>2.6</sub> : Fasilitas dan layanan Kantor SAMSAT Bandar Lampung sudah memenuhi kebutuhan.

X<sub>2.7</sub> : Sarana pertokoan di Kantor SAMSAT Bandar Lampung memadai.

X<sub>2.8</sub> : *Display information* di Kantor SAMSAT Bandar Lampung memadai.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel 4.6 diketahui bahwa dari 100 responden, untuk item pertanyaan pertama (X<sub>2.1</sub>) tentang tempat lahan parker di Kantor SAMSAT Bandar Lampung memadai, diketahui bahwa tidak ada responden atau sebesar 0% dari total responden yang menyatakan “sangat tidak setuju”. Sebanyak 3 responden atau sebesar 3% dari total responden dengan jawaban “tidak setuju”. Sebanyak 11 responden atau sebesar 11% dari total responden dengan jawaban “ragu-ragu”. Sebanyak 72 responden atau sebesar 72% dari total responden dengan jawaban “setuju” dan sebanyak 14 responden atau sebesar 14% dari total responden dengan jawaban “sangat setuju”. Rata-rata item (X<sub>2.1</sub>) sebesar 3.970 yang menunjukkan bahwa

sebagian besar responden setuju jika tempat lahan parkir di Kantor SAMSAT Bandar Lampung memadai.

Item pertanyaan kedua ( $X_{2.2}$ ) tentang desain ruangan di Kantor SAMSAT Bandar Lampung nyaman dan menarik, diketahui bahwa tidak ada responden atau sebesar 0% dari total responden yang menyatakan “sangat tidak setuju”.

Sebanyak 1 responden atau sebesar 1% dari total responden dengan jawaban “tidak setuju”. Sebanyak 15 responden atau sebesar 15% dari total responden dengan jawaban “ragu-ragu”. Sebanyak 74 responden atau sebesar 74% dari total responden dengan jawaban “setuju” dan sebanyak 10 responden atau sebesar 10% dari total responden dengan jawaban “sangat setuju”. Rata-rata item ( $X_{2.2}$ ) sebesar 3.903 yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju jika desain ruangan di Kantor SAMSAT Bandar Lampung nyaman dan menarik.

Item pertanyaan ketiga ( $X_{2.3}$ ) tentang tata letak interior di Kantor SAMSAT Bandar Lampung sudah sesuai dan menarik, diketahui bahwa tidak ada responden atau sebesar 0% dari total responden yang menyatakan “sangat tidak setuju”. Sebanyak 1 responden atau sebesar 1% dari total responden dengan jawaban “tidak setuju”. Sebanyak 22 responden atau sebesar 22% dari total responden dengan jawaban “ragu-ragu”. Sebanyak 68 responden atau sebesar 68% dari total responden dengan jawaban “setuju” dan sebanyak 9 responden atau sebesar 9% dari total responden dengan jawaban “sangat setuju”. Rata-rata item ( $X_{2.3}$ ) sebesar 3.850 yang menunjukkan bahwa

sebagian besar responden setuju jika tata letak interior di Kantor SAMSAT Bandar Lampung sudah sesuai dan menarik.

Item pertanyaan keempat ( $X_{2.4}$ ) tentang tempat duduk di Kantor SAMSAT Bandar Lampung memadai, diketahui bahwa tidak ada responden atau sebesar 0% dari total responden yang menyatakan “sangat tidak setuju”. Sebanyak 5 responden atau sebesar 5% dari total responden dengan jawaban “tidak setuju”. Sebanyak 13 responden atau sebesar 13% dari total responden dengan jawaban “ragu-ragu”. Sebanyak 70 responden atau sebesar 70% dari total responden dengan jawaban “setuju” dan sebanyak 12 responden atau sebesar 12% dari total responden dengan jawaban “sangat setuju”. Rata-rata item ( $X_{2.4}$ ) sebesar 3.890 yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju jika tempat duduk di Kantor SAMSAT Bandar Lampung memadai.

Item pertanyaan kelima ( $X_{2.5}$ ) tentang toilet di Kantor SAMSAT Bandar Lampung mudah dijangkau, sebanyak 1 responden atau sebesar 1% dari total responden dengan jawaban “sangat tidak setuju”. Sebanyak 3 responden atau sebesar 3% total responden dengan jawaban “tidak setuju”. Sebanyak 27 responden atau sebesar 27% dari total responden dengan jawaban “ragu-ragu”. Sebanyak 65 responden atau sebesar 65% dari total responden dengan jawaban “setuju” dan sebanyak 4 responden atau sebesar 4% dari total responden dengan jawaban “sangat setuju”. Rata-rata item ( $X_{2.5}$ ) sebesar 3.680 yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju jika toilet di Kantor SAMSAT Bandar Lampung mudah dijangkau.

Item pertanyaan keenam ( $X_{2,6}$ ) tentang fasilitas dan layanan di Kantor SAMSAT Bandar Lampung sudah memenuhi kebutuhan, diketahui bahwa tidak ada responden atau sebesar 0% dari total responden yang menyatakan “sangat tidak setuju”. Sebanyak 2 responden atau sebesar 2% dari total responden dengan jawaban “tidak setuju”. Sebanyak 18 responden atau sebesar 18% dari total responden dengan jawaban “ragu-ragu”. Sebanyak 71 responden atau sebesar 71% dari total responden dengan jawaban “setuju” dan sebanyak 9 responden atau sebesar 9% dari total responden dengan jawaban “sangat setuju”. Rata-rata item ( $X_{2,6}$ ) sebesar 3.870 yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju jika fasilitas dan layanan di Kantor SAMSAT Bandar Lampung sudah memenuhi kebutuhan.

Item pertanyaan ketujuh ( $X_{2,7}$ ) tentang sarana pertokoan di Kantor SAMSAT Bandar Lampung sudah memenuhi kebutuhan, sebanyak 1 responden atau sebesar 1% dari total responden dengan jawaban “sangat tidak setuju”. Sebanyak 3 responden atau sebesar 3% total responden dengan jawaban “tidak setuju”. Sebanyak 20 responden atau sebesar 20% dari total responden dengan jawaban “ragu-ragu”. Sebanyak 68 responden atau sebesar 68% dari total responden dengan jawaban “setuju” dan sebanyak 8 responden atau sebesar 8% dari total respon dengan jawaban “sangat setuju”. Rata-rata item ( $X_{2,7}$ ) sebesar 3.790 yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju jika sarana pertokoan di Kantor SAMSAT Bandar Lampung sudah memenuhi kebutuhan.

Item pertanyaan kedelapan ( $X_{2,8}$ ) tentang *display information* di Kantor SAMSAT Bandar Lampung memadai, diketahui bahwa tidak ada responden atau sebesar 0% dari total responden yang menyatakan “sangat tidak setuju”.

Sebanyak 4 responden atau sebesar 4% dari total responden dengan jawaban “tidak setuju”. Sebanyak 10 responden atau sebesar 10% dari total responden dengan jawaban “ragu-ragu”. Sebanyak 77 responden atau sebesar 77% dari total responden dengan jawaban “setuju” dan sebanyak 9 responden atau sebesar 9% dari total responden dengan jawaban “sangat setuju”. Rata-rata item ( $X_{2,8}$ ) sebesar 3.910 yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju *display information* di Kantor SAMSAT Bandar Lampung memadai.

### 3. Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel *Signs, Symbol and Artifact* (Petunjuk, Simbol dan Artefak)

Variabel *Signs, Symbol and Artifact* (Petunjuk, Simbol dan Artefak)

memiliki 6 indikator dan 6 item pertanyaan yang diberikan kepada responden.

Jawaban responden dapat dilihat pada tabel 4.7 berikut ini:

**Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel *Signs, Symbol and Artifact* (Petunjuk, Simbol dan Artefak) ( $X_3$ )**

Item		Jawaban Responden					Jumlah	Mean
		STS	TS	R	S	SS		
$X_{3,1}$	F	0	3	16	68	13	100	3.910
	%	0	3	16	68	13		
$X_{3,2}$	F	0	3	27	61	9	100	3.760
	%	0	3	27	61	9		
$X_{3,3}$	F	0	5	13	73	9	100	3.860
	%	0	5	13	73	9		

Item	Jawaban Responden						Mean
	STS	TS	R	S	SS	Jumlah	
X <sub>3.4</sub>	F	0	5	16	69	10	3.840
	%	0	5	16	69	10	
X <sub>3.5</sub>	F	0	6	20	68	6	3.740
	%	0	6	20	68	6	
X <sub>3.6</sub>	F	1	3	13	78	5	3.830
	%	1	3	13	78	5	
Rata-Rata ( <i>Grand Mean</i> )							3.820

Sumber : Data Primer, Diolah Peneliti 2021

Keterangan :

- X<sub>3.1</sub> : Karyawan pada Kantor SAMSAT Bandar Lampung berpenampilan menarik.
- X<sub>3.2</sub> : Pengunjung paham arti nama SAMSAT.
- X<sub>3.3</sub> : Arus proses pembayaran pajak kendaraan bermotor di Kantor SAMSAT Bandar Lampung sangat jelas.
- X<sub>3.4</sub> : Tanda – tanda dan simbol yang terdapat dalam Kantor SAMSAT Bandar Lampung mudah ditemukan.
- X<sub>3.5</sub> : Dekorasi di Kantor SAMSAT Bandar Lampung menarik perhatian.
- X<sub>3.6</sub> : *Announcer* di Kantor SAMSAT Bandar Lampung terdengar jelas.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel 4.7 diketahui bahwa dari 100 responden, untuk item pertanyaan pertama (X<sub>3.1</sub>) tentang karyawan pada Kantor SAMSAT Bandar Lampung berpenampilan menarik, diketahui bahwa tidak ada responden atau sebesar 0% dari total responden yang menyatakan “sangat tidak setuju”. Sebanyak 3 responden atau sebesar 3% dari total responden dengan jawaban “tidak setuju”. Sebanyak 16 responden atau sebesar 16% dari total responden dengan jawaban “ragu-ragu”. Sebanyak 68

responden atau sebesar 68% dari total responden dengan jawaban “setuju” dan sebanyak 13 responden atau sebedar 13% dari total responden dengan jawaban “sangat setuju”. Rata-rata item ( $X_{3.1}$ ) sebesar 3.910 yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju jika karyawan pada Kantor SAMSAT Bandar Lampung berpenampilan menarik.

Item pertanyaan kedua ( $X_{3.2}$ ) tentang pengunjung paham arti nama SAMSAT, diketahui bahwa tidak ada responden atau sebesar 0% dari total responden yang menyatakan “sangat tidak setuju”. Sebanyak 3 responden atau sebesar 3% dari total responden dengan jawaban “tidak setuju”. Sebanyak 27 responden atau sebesar 27% dari total responden dengan jawaban “ragu-ragu”. Sebanyak 61 responden atau sebesar 61% dari total responden dengan jawaban “setuju” dan sebanyak 9 responden atau sebedar 9% dari total responden dengan jawaban “sangat setuju”. Rata-rata item ( $X_{3.2}$ ) sebesar 3.760 yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju pengunjung paham arti nama SAMSAT.

Item pertanyaan ketiga ( $X_{3.3}$ ) tentang arus proses pembayaran pajak kendaraan bermotor di Kantor SAMSAT Bandar Lampung sangat jelas, diketahui bahwa tidak ada responden atau sebesar 0% dari total responden yang menyatakan “sangat tidak setuju”. Sebanyak 5 responden atau sebesar 5% dari total responden dengan jawaban “tidak setuju”. Sebanyak 13 responden atau sebesar 13% dari total responden dengan jawaban “ragu-ragu”. Sebanyak 73 responden atau sebesar 73% dari total responden dengan jawaban “setuju” dan sebanyak 9 responden atau sebedar 9% dari total

responden dengan jawaban “sangat setuju”. Rata-rata item ( $X_{3,3}$ ) sebesar 3.860 yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju arus proses pembayaran pajak kendaraan bermotor di Kantor SAMSAT Bandar Lampung sangat jelas.

Item pertanyaan keempat ( $X_{3,4}$ ) tentang tanda – tanda dan simbol yang terdapat dalam Kantor SAMSAT Bandar Lampung mudah ditemukan, diketahui bahwa tidak ada responden atau sebesar 0% dari total responden yang menyatakan “sangat tidak setuju”. Sebanyak 5 responden atau sebesar 5% dari total responden dengan jawaban “tidak setuju”. Sebanyak 16 responden atau sebesar 16% dari total responden dengan jawaban “ragu-ragu”. Sebanyak 69 responden atau sebesar 69% dari total responden dengan jawaban “setuju” dan sebanyak 10 responden atau sebesar 10% dari total responden dengan jawaban “sangat setuju”. Rata-rata item ( $X_{3,4}$ ) sebesar 3.840 yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju jika tanda – tanda dan simbol yang terdapat di Kantor SAMSAT Bandar Lampung mudah ditemukan.

Item pertanyaan kelima ( $X_{3,5}$ ) tentang dekorasi di Kantor SAMSAT Bandar Lampung menarik perhatian, diketahui bahwa tidak ada responden atau sebesar 0% dari total responden yang menyatakan “sangat tidak setuju”. Sebanyak 6 responden atau sebesar 6% dari total responden dengan jawaban “tidak setuju”. Sebanyak 20 responden atau sebesar 20% dari total responden dengan jawaban “ragu-ragu”. Sebanyak 68 responden atau sebesar 68% dari total responden dengan jawaban “setuju” dan sebanyak 6 responden atau

sebesar 6% dari total responden dengan jawaban “sangat setuju”. Rata-rata item ( $X_{3,5}$ ) sebesar 3.74 yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju jika dekorasi di Kantor SAMSAT Bandar Lampung menarik perhatian.

Item pertanyaan keenam ( $X_{3,6}$ ) tentang *announcer* di Kantor SAMSAT Bandar Lampung terdengar jelas, sebanyak 1 responden atau sebesar 1% dari total responden dengan jawaban “sangat tidak setuju”. Sebanyak 3 responden atau sebesar 3% total responden dengan jawaban “tidak setuju”. Sebanyak 13 responden atau sebesar 13% dari total responden dengan jawaban “ragu-ragu”.

Sebanyak 78 responden atau sebesar 78% dari total responden dengan jawaban “setuju” dan sebanyak 5 responden atau sebesar 5% dari total responden dengan jawaban “sangat setuju”. Rata-rata item ( $X_{3,6}$ ) sebesar 3.830 yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju jika *announcer* di Kantor SAMSAT Bandar Lampung terdengar jelas.

4. Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel *Facility Cleanliness* (Fasilitas Kebersihan) Variabel *Facility cleanliness* (Fasilitas Kebersihan) memiliki 1 indikator dan 4 item pertanyaan yang diberikan kepada responden.

Jawaban responden dapat dilihat pada tabel 4.8 berikut ini:

**Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel *Facility Cleanliness* (Fasilitas Kebersihan) ( $X_4$ )**

Item	Jawaban Responden						Mean	
	STS	TS	R	S	SS	Jumlah		
$X_{4,1}$	F	0	9	24	59	8	100	3.660
	%	0	9	24	59	8		
$X_{4,2}$	F	0	0	19	78	3	100	3.840
	%	0	0	19	78	3		
$X_{4,3}$	F	0	1	22	73	4	100	3.800
	%	0	1	22	73	4		

Item	Jawaban Responden						Mean
	STS	TS	R	S	SS	Jumlah	
X <sub>4.4</sub>	F	0	1	18	70	11	100
	%	0	1	18	70	11	100
Rata-Rata ( <i>Grand Mean</i> )							3.800

Sumber : Data Primer, Diolah Peneliti 2021

Keterangan :

X<sub>4.1</sub> : Toilet di Kantor SAMSAT Bandar Lampung kebersihannya sangat terjaga.

X<sub>4.2</sub> : Kantor SAMSAT Bandar Lampung sangat menjaga kebersihan area layanan.

X<sub>4.3</sub> : Secara keseluruhan Kantor SAMSAT Bandar Lampung menjaga kebersihan.

X<sub>4.4</sub> : Kantor SAMSAT Bandar Lampung menjaga kebersihan jalan masuk dan jalan keluar pengunjung.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel 4.8 diketahui bahwa dari 100 responden, untuk item pertanyaan pertama (X<sub>4.1</sub>) tentang toilet di Kantor SAMSAT Bandar Lampung kebersihannya sangat terjaga, diketahui bahwa tidak ada responden atau sebesar 0% dari total responden yang menyatakan “sangat tidak setuju”. Sebanyak 9 responden atau sebesar 9% dari total responden dengan jawaban “tidak setuju”. Sebanyak 24 responden atau sebesar 24% dari total responden dengan jawaban “ragu-ragu”. Sebanyak 59 responden atau sebesar 59% dari total responden dengan jawaban “setuju” dan sebanyak 8 responden atau sebesar 8% dari total responden dengan jawaban “sangat setuju”. Rata-rata item (X<sub>4.1</sub>) sebesar 3.660 yang menunjukkan bahwa

sebagian besar responden setuju jika toilet di Kantor SAMSAT Bandar Lampung kebersihannya sangat terjaga.

Item pertanyaan kedua ( $X_{4.2}$ ) tentang Kantor SAMSAT Bandar Lampung sangat menjaga kebersihan area layanan, diketahui bahwa tidak ada responden atau sebesar 0% dari total responden yang menyatakan “sangat tidak setuju” dan “tidak setuju”. Sebanyak 19 responden atau sebesar 19% dari total responden dengan jawaban “ragu-ragu”. Sebanyak 78 responden atau sebesar 78% dari total responden dengan jawaban “setuju” dan sebanyak 3 responden atau sebesar 3% dari total responden dengan jawaban “sangat setuju”. Rata-rata item ( $X_{4.2}$ ) sebesar 3.840 yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju jika Kantor SAMSAT Bandar Lampung sangat menjaga kebersihan area layanan.

Item pertanyaan ketiga ( $X_{4.3}$ ) tentang secara keseluruhan Kantor SAMSAT Bandar Lampung menjaga kebersihan, diketahui bahwa tidak ada responden atau sebesar 0% dari total responden yang menyatakan “sangat tidak setuju”. Sebanyak 1 responden atau sebesar 1% dari total responden dengan jawaban “tidak setuju”. Sebanyak 22 responden atau sebesar 22% dari total responden dengan jawaban “ragu-ragu”. Sebanyak 73 responden atau sebesar 73% dari total responden dengan jawaban “setuju” dan sebanyak 4 responden atau sebesar 4% dari total responden dengan jawaban “sangat setuju”. Rata-rata item ( $X_{4.3}$ ) sebesar 3.800 yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju jika secara keseluruhan Kantor SAMSAT Bandar Lampung menjaga kebersihan.

Item pertanyaan keempat ( $X_{4.4}$ ) tentang Kantor SAMSAT Bandar Lampung menjaga kebersihan jalan masuk dan jalan keluar pengunjung, diketahui bahwa tidak ada responden atau sebesar 0% dari total responden yang menyatakan “sangat tidak setuju”. Sebanyak 1 responden atau sebesar 1% dari total responden dengan jawaban “tidak setuju”. Sebanyak 18 responden atau sebesar 18% dari total responden dengan jawaban “ragu-ragu”. Sebanyak 70 responden atau sebesar 70% dari total responden dengan jawaban “setuju” dan sebanyak 11 responden atau sebesar 11% dari total responden dengan jawaban “sangat setuju”. Rata-rata item ( $X_{4.4}$ ) sebesar 3.910 yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju jika Kantor SAMSAT Bandar Lampung menjaga kebersihan jalan masuk dan jalan keluar pengunjung.

#### 5. Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Kepuasan Wajib Pajak

Variabel kepuasan pengunjung memiliki 2 indikator dan 4 item pertanyaan yang diberikan kepada responden. Jawaban responden dapat dilihat pada tabel 4.9 berikut ini:

**Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Kepuasan Wajib Pajak (Y)**

Item	Jawaban Responden					Jumlah	Mean
	STS	TS	R	S	SS		
Y <sub>1</sub>	F	0	8	24	61	7	3.670
	%	0	8	24	61	7	
Y <sub>2</sub>	F	0	0	24	72	4	3.800
	%	0	0	24	72	4	
Y <sub>3</sub>	F	0	0	16	77	7	3.910
	%	0	0	16	77	7	

Item	Jawaban Responden						Mean
	STS	TS	R	S	SS	Jumlah	
Y.4	F	0	1	14	73	12	100
	%	0	1	14	73	12	100
Rata-Rata ( <i>Grand Mean</i> )							3.830

Sumber : Data Primer, Diolah Peneliti 2021

Keterangan :

Y.1 : Pengalaman di Kantor SAMSAT Bandar Lampung melebihi ekspetasi saya.

Y.2 : Saya puas dengan kondisi lingkungan di Kantor SAMSAT Bandar Lampung.

Y.3 : Saya puas dengan pengalaman pengalaman membayar pajak kendaraan bermotor di Kantor SAMSAT Bandar Lampung.

Y.4 : Secara keseluruhan saya puas melakukan pembayaran pajak kendaraan bermotor di Kantor SAMSAT Bandar Lampung.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel 4.9 diketahui bahwa dari 100 responden, untuk item pertanyaan pertama (Y.1) tentang pengalaman di Kantor SAMSAT Bandar Lampung melebihi ekspetasi saya, diketahui bahwa tidak ada atau sebesar 0% dari total responden yang menyatakan "sangat tidak setuju".

Sebanyak 8 responden atau sebesar 8% dari total responden dengan jawaban "tidak setuju". Sebanyak 24 responden atau sebesar 24% dari total responden dengan jawaban "ragu-ragu". Sebanyak 61 responden atau sebesar 61% dari total responden dengan jawaban "setuju" dan sebanyak 7 responden atau sebesar 7% dari total responden dengan jawaban "sangat setuju". Rata-rata item (Y.1) sebesar

3.670 yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju jika pengalaman di Kantor SAMSAT Bandar Lampung melebihi ekspektasi saya.

Item pertanyaan kedua (Y<sub>2</sub>) tentang saya puas dengan kondisi lingkungan di Kantor SAMSAT Bandar Lampung, diketahui bahwa tidak ada responden atau sebesar 0% dari total responden yang menyatakan “sangat tidak setuju” dan “tidak setuju”. Sebanyak 24 responden atau sebesar 24% dari total responden dengan jawaban “ragu-ragu”. Sebanyak 72 responden atau sebesar 72% dari total responden dengan jawaban “setuju” dan sebanyak 4 responden atau sebesar 4% dari total responden dengan jawaban “sangat setuju”. Rata-rata item (Y<sub>2</sub>) sebesar

3.800 yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju dengan pertanyaan saya puas dengan kondisi lingkungan di Kantor SAMSAT Bandar Lampung.

Item pertanyaan ketiga (Y<sub>3</sub>) tentang saya puas dengan pengalaman membayar pajak kendaraan bermotor di Kantor SAMSAT Bandar Lampung, diketahui bahwa tidak ada responden atau sebesar 0% dari total responden yang menyatakan “sangat tidak setuju” dan “tidak setuju”. Sebanyak 16 responden atau sebesar 16% dari total responden dengan jawaban “ragu-ragu”. Sebanyak 77 responden atau sebesar 77% dari total responden dengan jawaban “setuju” dan sebanyak 7 responden atau sebesar 7% dari total responden dengan jawaban “sangat setuju”. Rata-rata item (Y<sub>3</sub>) sebesar 3.910 yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju dengan pertanyaan saya puas dengan pengalaman membayar pajak kendaraan bermotor di Kantor SAMSAT Bandar Lampung.

Item pertanyaan keempat (Y.<sub>4</sub>) tentang secara keseluruhan saya puas melakukan pembayaran pajak kendaraan bermotor di Kantor SAMSAT Bandar Lampung, diketahui bahwa tidak ada responden atau sebesar 0% dari total responden yang menyatakan “sangat tidak setuju”. Sebanyak 1 responden atau sebesar 1% dari total responden dengan jawaban “tidak setuju”. Sebanyak 14 responden atau sebesar 14% dari total responden dengan jawaban “ragu-ragu”. Sebanyak 73 responden atau sebesar 73% dari total responden dengan jawaban “setuju” dan sebanyak 12 responden atau sebesar 12% dari total responden dengan jawaban “sangat setuju”. Rata-rata item (Y.<sub>4</sub>) sebesar 3.960 yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju dengan pertanyaan secara keseluruhan saya puas melakukan pembayaran pajak kendaraan bermotor di Kantor SAMSAT Bandar Lampung.

### 4.3 Hasil Uji Validasi dan Reliabilitas

#### 4.3.1 Hasil Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan metode *Product Moment Person*, yaitu dengan cara membandingkan nilai koefisien korelasi antara item pertanyaan dengan total jawaban ( $r$  hitung), dengan nilai  $r$  tabel pada tingkat kesalahan ( $\alpha$ ) 5%. Jika  $|r \text{ hitung}| > r \text{ tabel}$  untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-2$  maka pertanyaan atau indikator tersebut dikatakan valid, demikian sebaliknya jika  $|r \text{ hitung}| < r \text{ tabel}$  maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan tidak valid.

Dengan menggunakan jumlah responden 100, maka nilai  $r$  tabel dapat diperoleh melalui tabel  $r$  *product moment pearson* dengan  $df$  (*degree of freedom*) =  $n - 2$ , jadi  $df = 100 - 2 = 98$ , maka  $r \text{ tabel} = 0.165$ . Butir pertanyaan dikatakan valid jika

nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, dapat dilihat dari *Corrected Total Correlation*. Tabel berikut menunjukkan hasil uji validitas dengan 100 sampel responden dengan menggunakan bantuan *software SPSS* versi 25.

**Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel *Ambient Conditions* ( Kondisi Sekitar) (X<sub>1</sub>)**

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
<i>Ambient Conditions</i> (Kondisi Lingkungan Sekitar)	X <sub>1.1</sub>	0,741	0.165	Valid
	X <sub>1.2</sub>	0,566	0.165	Valid
	X <sub>1.3</sub>	0,540	0.165	Valid
	X <sub>1.4</sub>	0,755	0.165	Valid
	X <sub>1.5</sub>	0,596	0.165	Valid

Sumber : Data Primer, Diolah Peneliti 2021

Pada tabel 4.10 menunjukkan bahwa item X<sub>1.1</sub> memiliki tingkat koefisien korelasi sebesar 0.741; item X<sub>1.2</sub> memiliki tingkat koefisien korelasi sebesar 0.566; item X<sub>1.3</sub> memiliki tingkat koefisien korelasi sebesar 0.540; item X<sub>1.4</sub> memiliki tingkat koefisien korelasi sebesar 0.755 dan item X<sub>1.5</sub> memiliki tingkat koefisien korelasi sebesar 0.596. Seluruh item X<sub>1</sub> memiliki  $r$  hitung  $>$  0.165 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dalam variabel *ambient conditions* (kondisi sekitar) (X<sub>1</sub>) adalah valid.

**Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel *Spatial Layout And Functionality* (Tata Ruang dan Fungsi) (X<sub>2</sub>)**

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
<i>Spatial layout and functionality</i> (Tata Ruang dan Fungsi)	X <sub>2.1</sub>	0,392	0.165	Valid
	X <sub>2.2</sub>	0,528	0.165	Valid
	X <sub>2.3</sub>	0,493	0.165	Valid
	X <sub>2.4</sub>	0,624	0.165	Valid
	X <sub>2.5</sub>	0,584	0.165	Valid
	X <sub>2.6</sub>	0,556	0.165	Valid
	X <sub>2.7</sub>	0,527	0.165	Valid
	X <sub>2.8</sub>	0,630	0.165	Valid

Sumber : Data Primer, Diolah Peneliti 2021

Pada tabel 4.11 menunjukkan bahwa item  $X_{2,1}$  memiliki tingkat koefisien korelasi sebesar 0.392; item  $X_{2,2}$  memiliki tingkat koefisien korelasi sebesar 0.528; item  $X_{2,3}$  memiliki tingkat koefisien korelasi sebesar 0.493; item  $X_{2,4}$  memiliki tingkat koefisien korelasi sebesar 0.624; item  $X_{2,5}$  memiliki tingkat koefisien korelasi sebesar 0.584; item  $X_{2,6}$  memiliki tingkat koefisien korelasi sebesar 0.556; item  $X_{2,7}$  memiliki tingkat koefisien korelasi sebesar 0.527 dan item  $X_{2,8}$  memiliki tingkat koefisien korelasi sebesar 0.630. Seluruh item  $X_2$  memiliki  $r$  hitung  $> 0.165$  dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dalam variabel *spatial layout and functionality* (tata ruang dan fungsi) ( $X_2$ ) adalah valid.

**Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel *Sign, Symbol and Artifact* (Petunjuk, Simbol dan Artefak) ( $X_3$ )**

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
<i>Sign, Symbol and Artifact</i> (Petunjuk, Simbol dan Artefak)	$X_{3,1}$	0,682	0.165	Valid
	$X_{3,2}$	0,574	0.165	Valid
	$X_{3,3}$	0,757	0.165	Valid
	$X_{3,4}$	0,690	0.165	Valid
	$X_{3,5}$	0,524	0.165	Valid
	$X_{3,6}$	0,709	0.165	Valid

Sumber : Data Primer, Diolah Peneliti 2021

Pada tabel 4.12 menunjukkan bahwa item  $X_{3,1}$  memiliki tingkat koefisien korelasi sebesar 0.682; item  $X_{3,2}$  memiliki tingkat koefisien korelasi sebesar 0.574; item  $X_{3,3}$  memiliki tingkat koefisien korelasi sebesar 0.757; item  $X_{3,4}$  memiliki tingkat koefisien korelasi sebesar 0.690; item  $X_{3,5}$  memiliki tingkat koefisien korelasi sebesar 0.524 dan item  $X_{3,6}$  memiliki tingkat koefisien korelasi sebesar 0.709. Seluruh item  $X_3$  memiliki  $r$  hitung  $> 0.165$  dengan demikian dapat

disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dalam variabel *spatial sign, symbol and artifact* (petunjuk, simbol dan artefak) ( $X_3$ ) adalah valid.

**Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel *Facility Cleanliness* (Kebersihan) ( $X_4$ )**

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
<i>Facility Cleanliness</i> (Kebersihan)	X <sub>4.1</sub>	0,876	0.165	Valid
	X <sub>4.2</sub>	0,787	0.165	Valid
	X <sub>4.3</sub>	0,701	0.165	Valid
	X <sub>4.4</sub>	0,764	0.165	Valid

Sumber : Data Primer, Diolah Peneliti 2021

Pada tabel 4.13 menunjukkan bahwa item X<sub>4.1</sub> memiliki tingkat koefisien korelasi sebesar 0.876; item X<sub>4.2</sub> memiliki tingkat koefisien korelasi sebesar 0.787; item X<sub>4.3</sub> memiliki tingkat koefisien korelasi sebesar 0.701 dan item X<sub>4.4</sub> memiliki tingkat koefisien korelasi sebesar 0.764. Seluruh item X<sub>4</sub> memiliki r hitung > 0.165 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dalam variabel *facility cleanliness* (kebersihan) ( $X_4$ ) adalah valid.

**Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Wajib Pajak (Y)**

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Kepuasan Wajib Pajak	Y <sub>.1</sub>	0,732	0.165	Valid
	Y <sub>.2</sub>	0,735	0.165	Valid
	Y <sub>.3</sub>	0,716	0.165	Valid
	Y <sub>.4</sub>	0,744	0.165	Valid

Sumber : Data Primer, Diolah Peneliti 2021

Pada tabel 4.14 menunjukkan bahwa item Y<sub>.1</sub> memiliki tingkat koefisien korelasi sebesar 0.732; item Y<sub>.2</sub> memiliki tingkat koefisien korelasi sebesar 0.735; item Y<sub>.3</sub> memiliki tingkat koefisien korelasi sebesar 0.716 dan item Y<sub>.4</sub> memiliki tingkat koefisien korelasi sebesar 0.744. Seluruh item Y memiliki r hitung > 0.165

dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dalam variabel kepuasan pengunjung (Y) adalah valid.

#### 4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel penelitian dapat dikatakan reliabel apabila *Cronbach's Alpha* lebih besar atau sama dengan 0,60 ( $\alpha \geq 0,600$ ) dan apabila *Cronbach's Alpha* semakin mendekati 1 mengidentifikasi bahwa semakin tinggi pula konsistensi internal reliabilitasnya (Ghozali, 2016). Tabel berikut menunjukkan hasil uji reliabilitas terhadap 100 responden menggunakan bantuan *software* SPSS versi 25.

**Tabel 4.15 Uji Reliabilitas Variabel *Ambient Conditions* ( Kondisi Sekitar)**

(X<sub>1</sub>)

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Standard	Keterangan
<i>Ambient Conditions</i>	0.647	0.600	Reliable

Sumber : Data Primer, Diolah Peneliti 2021

Tabel 4.15 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* yang dihasilkan yaitu 0.647 > 0.600 sehingga dapat disimpulkan bahwa konstruk variabel penelitian ini reliable.

**Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Spatial Layout And Functionality* (Tata Ruang dan Fungsi) (X<sub>2</sub>)**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Standard	Keterangan
<i>Spatial layout and functionality</i>	0.656	0.600	Reliable

Sumber : Data Primer, Diolah Peneliti 2021

Tabel 4.16 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* yang dihasilkan yaitu 0.656 > 0.600 sehingga dapat disimpulkan bahwa konstruk variabel penelitian ini reliable.

**Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Sign, Symbol and Artifact* (Petunjuk, Simbol dan Artefak) ( $X_3$ )**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Standard</i>	Keterangan
<i>Sign, Symbol and Artifact</i>	0.733	0.600	Reliable

Sumber : Data Primer, Diolah Peneliti 2021

Tabel 4.17 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* yang dihasilkan yaitu  $0.733 > 0.600$  sehingga dapat disimpulkan bahwa konstruk variabel penelitian ini reliable.

**Tabel 4.18 Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Facility Cleanliness* (Kebersihan) ( $X_4$ )**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Standard</i>	Keterangan
<i>Facility Cleanliness</i>	0.779	0.600	Reliable

Sumber : Data Primer, Diolah Peneliti 2021

Tabel 4.18 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* yang dihasilkan yaitu  $0.779 > 0.600$  sehingga dapat disimpulkan bahwa konstruk variabel penelitian ini reliable.

**Tabel 4.19 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Wajib Pajak ( $Y$ )**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Standard</i>	Keterangan
Kepuasan Wajib Pajak	0.692	0.600	Reliable

Sumber : Data Primer, Diolah Peneliti 2021

Tabel 4.19 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* yang dihasilkan yaitu  $0.692 > 0.600$  sehingga dapat disimpulkan bahwa konstruk variabel penelitian ini reliable.

#### 4.4 Uji Asumsi Klasik

##### 4.4.1 Hasil Uji Normatif

Uji Normalitas diperlukan untuk menguji apakah populasi data dalam suatu penelitian berdistribusi normal atau tidak maka perlu dilakukan uji normalitas. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas data dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Uji *Kolmogorov-Smirnov* adalah suatu uji normalitas dengan membandingkan distribusi data dengan distribusi normal baku. Distribusi normal baku adalah data yang ditransformasikan ke dalam bentuk *Z-score*. Jika nilai signifikansi dari uji *Kolmogorov-Smirnov*  $< 0,05$  maka distribusi data tidak normal namun jika nilai signifikansi adalah  $\geq 0,05$  maka distribusi data dikatakan normal. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel 4.20 sebagai berikut:

**Tabel 4.20 Hasil Uji Normatif**

##### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.02512537
Most Extreme Differences	Absolute	.134
	Positive	.134
	Negative	-.095
Kolmogorov-Smirnov Z		1.344
Asymp. Sig. (2-tailed)		.054

a. Test distribution is Normal.

Berdasarkan hasil tabel 4.20 hasil uji normalitas dapat dilihat pada Asymp Sig. (2-tailed) pada penelitian ini bernilai 0,054 yang mana nilai ini  $> 0,050$  yang mengindikasikan data pada penelitian ini bersifat normal.

#### 4.4.2 Hasil Uji Multikoloniaritas (VIF)

Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antara variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antara variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses mengambil keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Pendeteksian terhadap multikoloniaritas dapat dilakukan dengan menggunakan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan dengan menggunakan nilai *Tolerance*. Apabila nilai  $|VIF| \leq 10$  dan nilai  $|Tolerance| \geq 0,10$ , maka menunjukkan tidak adanya kolerasi antara variabel independen dan menunjukkan tidak terjadinya multikoloniaritas, sebaliknya jika nilai  $|VIF| \geq 10$  dan nilai  $|Tolerance| \leq 0,10$ , maka menunjukkan terdapat kolerasi antara variabel independen dalam regresi. Hasil uji multikolonieritas dapat dilihat pada tabel 4.21 sebagai berikut.

**Tabel 4.21 Hasil Uji Multikolonieritas**

Variabel Independen	Coefficients <sup>a</sup>		Keterangan
	Collinearity Statistics		
	Tolerance	VIP	
<i>Ambient Conditions</i> ( $X_1$ )	0.422	2.367	Non Multikoloniaritas
<i>Spatial Layout And Functionality</i> ( $X_2$ )	0.470	2.128	Non Multikoloniaritas
<i>Sign, Symbol and Artifact</i> ( $X_3$ )	0.383	2.608	Non Multikoloniaritas
<i>Facility Cleanliness</i> ( $X_4$ )	0.367	2.367	Non Multikoloniaritas

a. Dependent Variabel : Kepuasan Wajib Pajak

Sumber : Data Primer, Diolah Peneliti 2021

Berdasarkan hasil uji multikolonieritas pada tabel 4.21 menunjukkan bahwa nilai *tolerance* seluruh variabel independen lebih dari 0.10 dan nilai VIF seluruh variabel independen masi antara 1-10 atau kurang dari 10. Hasil uji multikolonieritas tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak adanya kolerasi antara variabel independen dan menunjukkan tidak terjadinya multikoloniaritas.

#### 4.4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan varian residual suatu priode pengamatan ke priode pengamatan yang lain. Penelitian ini menggunakan metode atau model “Uji *Glejser*”. Syarat tidak terjadi heteroskedastisitas yaitu jika nilai probabilitas signifikan di atas tingkat kepercayaan 5% ( $\alpha > 0,05$ ). Hasil uji multikolonieritas dapat dilihat pada tabel 4.22 sebagai berikut:

**Tabel 4.22 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Variabel	Sig.	Keterangan
<i>Ambient Conditions</i> ( $X_1$ )	0.714	Bebas Heteroskedastisitas
<i>Spatial Layout And Functionality</i> ( $X_2$ )	0.822	Bebas Heteroskedastisitas
<i>Sign, Symbol and Artifact</i> ( $X_3$ )	0.371	Bebas Heteroskedastisitas
<i>Facility Cleanliness</i> ( $X_4$ )	0.626	Bebas Heteroskedastisitas

Sumber : Data Primer, Diolah Peneliti 2021

Berdasarkan dari hasil uji heteroskedastisitas pada tabel 4.22 diatas menunjukkan bahwa baik  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$  dan  $X_4$  masing-masing memiliki nilai sig 0,714; 0,822; 0,371 dan 0,626 yang semuanya  $> 0.05$  artinya semua variabel terbebas dari heteroskedastisitas.

#### 4.5 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi bertujuan untuk menguji pengaruh antara variabel satu dengan variabel lain. Variabel yang dipengaruhi disebut variabel dependen yaitu kepuasan wajib pajak (Y), sedangkan variabel yang mempengaruhi disebut variabel bebas atau independen yaitu *ambient conditions* (kondisi sekitar) ( $X_1$ ), *spatial layout and functionality* (tata ruang dan fungsi) ( $x_2$ ), *sign, symbol and artifact* (petunjuk, simbol dan artefak) ( $x_3$ ), *facility cleanliness* (fasilitas kebersihan) ( $X_4$ ).

Merupakan regresi yang memiliki satu variabel dependen dan lebih dari satu variabel independen. Model regresi yang didapat dengan menggunakan *software* SPSS versi 25 disajikan dalam tabel berikut ini:

**Tabel 4.23 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Variabel Independen	Unstandardized Coefficients		t	Sig
	B	Std. Error		
(constants)	1.178	1.296	0.909	0.366
<i>Ambient Conditions</i> ( $X_1$ )	0.257	0.090	2.846	0.005
<i>Spatial layout and functionality</i> ( $X_2$ )	0.055	0.058	0.953	0.343
<i>Sign, Symbol and Artifact</i> ( $X_3$ )	0.173	0.067	2.568	0.012
<i>Facility Cleanliness</i> ( $X_4$ )	0.237	0.096	2.464	0.016

Sumber : Data Primer, Diolah Peneliti 2021

Untuk melakukan penyusunan regresi linier berganda dilihat dari *Unstandardized Coefficients* pada kolom B (beta). Persamaan regresi linier berganda pada 4.23 sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

$$Y = 1.178 + 0.257 X_1 + 0.055 X_2 + 0.173 X_3 + 0.237 X_4 + e$$

Keterangan :

$Y$  = Kepuasan Wajib Pajak

$a$  = Konstanta

$b_1$  = Koefisien regresi *ambient conditions*

$X_1$  = *Ambient conditions*

$b_2$  = Koefisien regresi *spatial layout and functionality*

$X_2$  = *Spatial layout and functionality*

$b_3$  = Koefisien regresi *signs, symbol and artifact*

$X_3$  = *Signs, symbol and artifact*

$b_4$  = Koefisien regresi *facility cleanliness*

$X_4$  = *facility cleanliness*

Koefisien persamaan regresi linier berganda di atas dapat di artikan sebagai berikut :

1. *Ambient conditions* ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap kepuasan wajib pajak ( $Y$ ) dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,257. Hal ini berarti, apabila variabel *ambient conditions* (kondisi lingkungan sekitar) ( $X_1$ ) meningkat, maka dapat pula meningkatkan variabel kepuasan wajib pajak ( $Y$ ).
2. *Spatial layout and functionality* ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap kepuasan wajib pajak ( $Y$ ) dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,055. Hal ini berarti, apabila variabel *spatial layout and functionality* (tata ruang dan fungsi) ( $X_2$ ) meningkat, maka dapat pula meningkatkan variabel kepuasan wajib pajak ( $Y$ ).
3. *Signs, symbol and artifact* ( $X_3$ ) berpengaruh terhadap kepuasan wajib pajak ( $Y$ ) dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,173. Hal ini berarti, apabila variabel *signs, symbol and artifact* (petunjuk, simbol dan benda artefak) ( $X_3$ ) meningkat, maka dapat pula meningkatkan variabel kepuasan wajib pajak ( $Y$ ).

4. *Facility cleanliness* ( $X_4$ ) berpengaruh terhadap kepuasan wajib pajak (Y) dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,237. Hal ini berarti, apabila variabel *facility cleanliness* (fasilitas kebersihan) ( $X_4$ ) meningkat, maka dapat pula meningkatkan variabel kepuasan wajib pajak (Y).

#### 4.6 Hasil Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ )

Hasil uji multikolonieritas dapat dilihat pada tabel 4.24 sebagai berikut:

**Tabel 4.24 Hasil Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ )**

##### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.781 <sup>a</sup>	0.610	0.593	1.046	2.164

Sumber : Data Primer, Diolah Peneliti 2021

Berdasarkan tabel 4.24 diketahui nilai R square adalah 0,610 yang mengindikasikan bahwa keseluruhan variabel independen menggambarkan kepuasan pengunjung sebesar 61%, sisanya 39% kepuasan pengunjung dipengaruhi oleh faktor lain yang belum diteliti pada penelitian ini.

#### 4.7 Penguji Hipotesis

##### 4.7.1 Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji Statistik t)

Hasil uji hipotesis parsial (uji statistik t) digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independent mana yang secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Uji t dilakukan dengan dua syarat. Pertama, apabila  $t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$  dan nilai  $\text{sig} > 0,05$  maka  $H_a$  ditolak.

Kedua, apabila  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  dan nilai  $\text{sig} < 0,05$  maka  $H_a$  diterima. Nilai t tabel dilihat dari nilai df ( $n-k-1$ ) yaitu  $100-4-1= 95$ , maka hasil yang diperoleh untuk t tabel adalah 1,985. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel 4.26 sebagai berikut:

Variabel independen	t hitung	t tabel	Sig.	Keputusan
<i>Ambient Conditions</i> ( $X_1$ )	2,846	1,985	0,005	Diterima
<i>Spatial Layout and Functionality</i> ( $X_2$ )	0,953	1,985	0,343	Ditolak
<i>Signs, Symbol and Artifact</i> ( $X_3$ )	2,568	1,985	0,012	Diterima
<i>Facility Cleanliness</i> ( $X_4$ )	2,468	1,985	0,016	Diterima

Sumber : Data Primer, Diolah Peneliti 2021

Berdasarkan hasil pada tabel 4.26 maka diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Variabel *Ambient Conditions* ( $X_1$ )

Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh  $X_1$  terhadap Y adalah sebesar  $0,005 < 0,05$  dan nilai t hitung  $2,846 > t$  tabel  $1,985$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima yang artinya terdapat pengaruh signifikan  $X_1$  terhadap Y.

2. Variabel *Spatial Layout and Functionality* ( $X_2$ )

Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh  $X_2$  terhadap Y adalah sebesar  $0,343 > 0,05$  dan nilai t hitung  $0,953 < t$  tabel  $1,985$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  ditolak  $H_0$  diterima yang artinya tidak mempengaruhi secara signifikan  $X_2$  terhadap Y.

3. Variabel *Signs, Symbol and Artifact* ( $X_3$ )

Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh  $X_3$  terhadap Y adalah sebesar  $0,012 < 0,05$  dan nilai t hitung  $2,568 > t$  tabel  $1,985$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima yang artinya terdapat pengaruh signifikan  $X_3$  terhadap Y.

#### 4. Variabel *Facility Cleanliness* ( $X_4$ )

Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh  $X_4$  terhadap Y adalah sebesar  $0,016 < 0,05$  dan nilai t hitung  $2,468 > t$  tabel 1,985, sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima yang artinya terdapat pengaruh signifikan  $X_4$  terhadap Y.

### 4.8 Pembahasan Hasil Penelitian

#### 4.8.1 Pengaruh *Ambient Conditions* (Kondisi Sekitar) ( $X_1$ ) Terhadap Kepuasan Wajib Pajak

Hipotesis  $H_1$  dalam penelitian ini menyatakan bahwa *ambient conditions* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan wajib pajak kendaraan bermotor. Penelitian dilakukan kepada 100 responden wajib pajak kendaraan bermotor yang mayoritas baru pertama kali mengunjungi Kantor SAMSAT Bandar Lampung. penelitian ini menyebarkan kuesioner dalam bentuk formulir daring yaitu *Google Form* berupa *link* yang berisi beberapa pertanyaan yang terkait dengan penelitian. *Servicescape* (lingkungan layanan) adalah lingkungan tempat penyampaian jasa tersebut berada sebagai pembentuk pengalaman layanan dan memperkuat atau mengurangi kepuasan pengunjung (Lupiyoadi, 2014). Lingkungan layanan merupakan aspek fasilitas suatu organisasi jasa meliputi atribut-atribut eksterior.

Salah satu dimensi *servicescape* menurut Zeithmsl dan Bitner (2013:296), yaitu *ambient conditions* meliputi latar belakang karakteristik lingkungan yang umumnya digunakan untuk mempengaruhi panca indra. *Ambient conditions* sangat mempengaruhi bagaimana seseorang merasakan, berfikir dan merespon terhadap suatu produk atau jasa. Berdasarkan hasil uji hipotesis nilai Sig. untuk

pengaruh  $X_1$  terhadap  $Y$  adalah sebesar  $0,005 < 0,05$  dan nilai  $t$  hitung  $2,846 > t$  tabel  $1,985$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima yang artinya *ambient conditions* atau kondisi lingkungan sekitar pada Kantor SAMSAT Bandar Lampung berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

Temuan hasil penelitian pada tabel 4.5 mayoritas wajib pajak kendaraan bermotor setuju bahwa faktor keadaan suhu di dalam ruangan Kantor SAMSAT sangat nyaman, kualitas udara di dalam ruangan Kantor SAMSAT sangat bagus, tingkat kebisingan di dalam ruangan Kantor SAMSAT dapat diterima, aroma di dalam ruangan Kantor sangat baik karena ruangan pada Kantor SAMSAT difasilitasi dengan pengharum ruangan *matic spray* dan pencahayaan di dalam Kantor SAMSAT sangat baik.

*Ambient conditions* memiliki pengaruh yang besar terhadap kepuasan wajib pajak yaitu dengan nilai koefisien regresi sebesar  $0.257$ . *Ambient conditions* (kondisi lingkungan sekitar) yang baik dan menyenangkan dapat meningkatkan kepuasan dan kenyamanan wajib pajak kendaraan bermotor. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Rijae dan Magnadi (2018), bahwa *ambient conditions* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Dengan demikian terbukti bahwa semakin baik *ambient conditions* atau kondisi lingkungan sekitar Kantor SAMSAT Bandar Lampung maka semakin memperkuat kepuasan wajib pajak kendaraan bermotor atas pengalaman pelayanan yang rasakan.

#### 4.8.2 Pengaruh *Spatial Layout and Functionality* (Tata Ruang dan Fungsi) (X<sub>2</sub>) terhadap Kepuasan Wajib Pajak

Hipotesis H<sub>2</sub> dalam penelitian ini menyatakan bahwa *spatial layout and functionality* tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap wajib pajak kendaraan bermotor. Penelitian dilakukan kepada 100 responden wajib pajak kendaraan bermotor yang melakukan pembayaran pajak kendaraan bermotor di Kantor Bersama SAMSAT kota Bandar Lampung. *Spatial layout and functionality* atau tata ruang dan fungsi pada *servicescape* (lingkungan layanan) umumnya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pengunjung. *Spatial layout* mengacu pada ukuran dan bentuk fasilitas lingkungan serta pengaturan letak peralatan dan perabotan. *Functionality* mengacu pada kegunaan dari fasilitas yang dimiliki (Zeithaml dan Bitner, 2013:296). Dimensi *Spatial layout and functionality* menentukan aplikasi yang ramah guna dan kemampuan fasilitas untuk melayani pengunjung dengan baik. Semua ini bukan saja berdampak pada efisiensi operasi layanan, tetapi juga membentuk pengalaman pengunjung (Lovelock, Wirtz, dan Mussry, 2010:19).

Berdasarkan hasil uji hipotesis parsial (uji statistik t) diketahui nilai Sig. untuk pengaruh X<sub>2</sub> terhadap Y adalah sebesar 0,343 > 0,05 dan nilai t hitung 0,953 < t tabel 1,985. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H<sub>2</sub> ditolak Ho diterima yang artinya tidak terdapat pengaruh signifikan X<sub>2</sub> terhadap Y. Penelitian ini menyatakan bahwa *spatial layout and functionality* atau tata ruang dan fungsi yang dimiliki oleh Kantor SAMSAT Bandar Lampung tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wajib pajak yang membayarkan pajak kendaraan bermotor di Kantor SAMSAT Bandar Lampung. *Spatial layout and*

*funcctionality* memiliki pengaruh yang paling rendah terhadap kepuasan wajib pajak dibandingkan dengan variabel lainnya dengan nilai koefisien regresi 0.055.

Hal ini dapat terjadi apabila hasil penelitian bervariasi tergantung pada file pelanggan, harapan dan / atau jenis perusahaan (Artuger, S. 2020). Peneliti menduga bahwa wajib pajak yang melakukan pembayaran pajak kendaraan bermotor di Kantor SAMSAT Bandar Lampung lebih memperhatikan keadaan lingkungan sekitar Kantor SAMSAT, fasilitas kebersihan yang diberikan Kantor SAMSAT Bandar Lampung dan petunjuk, simbol, benda artefak yang terdapat di Kantor SAMSAT Bandar Lampung.

Wajib pajak kendaraan bermotor kurang peduli pada tata ruang dan fungsi yang terdapat pada Kantor SAMSAT Bandar Lampung. Dengan demikian tata letak interior yang sudah sesuai dan menarik hingga fasilitas dan layanan yang diberikan Kantor SAMSAT sudah memenuhi kebutuhan saja tidak cukup untuk memberikan isyarat implisit kepada wajib pajak bahwa Kantor SAMSAT Bandar Lampung menyediakan yang lebih baik dari pada yang lain. Peneliti menduga bahwa hal ini terjadi ketika wajib pajak yang membayarkan pajak kendaraan bermotor di Kantor SAMSAT Bandar Lampung tidak memperhatikan tata ruang dan menikmati fasilitas yang tersedia pada Kantor SAMSAT Bandar Lampung.

Hal ini dikarenakan proses pembayaran tersebut dilakukan pada saat Kantor Samsat Bandar Lampung sedang menerapkan sistem jaga jarak fisik atau *physical distancing* dalam pencegahan penyebaran corona virus atau covid-19. Sehingga wajib pajak kendaraan bermotor kurang memperhatikan tata ruang dan tidak dapat menikmati fasilitas seperti ruang baca, dan ketersediaan hiburan TV yang

sediakan oleh Kantor SAMSAT. Wajib pajak kendaraan bermotor lebih banyak menghabiskan waktu menunggu di luar ruangan Kantor SAMSAT.

Penelitian ini tidak mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rashid *et al.*, (2015) dengan judul penelitian “*Servicescape: Understanding how physical dimensions influence exhibitors satisfaction in convention centre*”.

Penelitian tersebut menyebutkan ruang dan tata letak ruangan yang memadai yang disediakan oleh operator *venue* dapat meningkatkan kesenangan dan mengarah pada kepuasan dengan fasilitas yang ditawarkan di Kuala Lumpur Convention Center (KLCC). Hubungan positif antara tata letak/fungsi spasial dan kepuasan peserta pameran, namun dalam penelitian ini menyatakan bahwa *spatial layout and functionality* atau tata ruang dan fungsi tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Perbedaan penelitian dikarenakan adanya perbedaan karakteristik responden. Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah kepuasan wajib pajak yang membayarkan pajak kendaraan bermotor di Kantor SAMSAT Bandar Lampung terbukti dari 100 responden dalam penelitian ini mayoritas responden baru pertama kali mengunjungi Kantor SAMSAT Bandar Lampung. Sebanyak 43 (43%) responden dari total responden dan sebanyak 14 (14%) responden dari total responden lima kali atau sering mengunjungi Kantor Bersama SAMSAT.

Penelitian yang dilakukan Rashid *et al.*, (2015), dari 120 kuesioner yang dibagikan kepada peserta pameran di Kuala Lumpur Convention Center sebagian besar responden memiliki pengalaman 4-6 kali atau sering mengikuti pameran (33,7%). Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh

Artuger, S. (2020), berjudul "*The effect of servicescape in hotels on customer satisfaction: Evidence from resort hotels*". Dalam penelitian ini ditemukan bahwa tata ruang hotel tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan wisata asing yang menginap di hotel resor bintang lima yang beroperasi di distrik Marmaris provinsi Mugla. Penelitian dilakukan pada 225 responden mayoritas 87 responden atau 38,9% peserta datang ke hotel untuk yang ke 2 kalinya dan sebanyak 15 responden atau 6,7% dari total responden lima kali atau sering peserta datang ke hotel.

#### **4.8.3 Pengaruh Sign, Symbol, and Artifact (Petunjuk, Simbol dan Artefak) (X<sub>3</sub>) terhadap Kepuasan Wajib Pajak**

Hipotesis H<sub>3</sub> dalam penelitian ini menyatakan bahwa *sign, symbol and artifact* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Penelitian dilakukan kepada 100 responden wajib pajak yang dijumpai pada Kantor SAMSAT Bandar Lampung, dari 100 responden yang berpartisipasi menjawab pertanyaan kuesioner yaitu sebanyak 57 responden berjenis kelamin laki-laki dan sebanyak 43 responden perempuan. *Sign, symbol and artifact* merupakan salah satu dimensi *servicescape* dimana *Signs* atau petunjuk digunakan untuk mengkomunikasikan label, tujuan dan peraturan, sedangkan *symbol and artifact* atau simbol dan benda artefak memberikan isyarat kepada pengunjung mengenai tempat, norma dan perilaku yang diharapkan dalam tempat tersebut. *Symbol and artifact* juga memberikan sinyal komunikasi implisit dan menciptakan daya tarik estesis secara keseluruhan. *Sign, symbol and artifact* sangat penting sebagai

bentuk "*first impression*" dari pengunjung dan untuk mengkomunikasikan konsep baru dalam suatu jasa (Zeithmal dan Bitner (2013: 296).

Berdasarkan hasil uji hipotesis parsial (uji statistik t) diketahui nilai Sig. untuk pengaruh X<sub>3</sub> terhadap Y adalah sebesar 0,012 < 0,05 dan nilai t hitung 2,568 > t tabel 1,985, sehingga dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak H<sub>3</sub> diterima yang artinya terdapat pengaruh signifikan *sign, symbol and artifact* yang terdapat pada Kantor SAMSAT Bandar Lampung berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan wajib pajak kendaraan bermotor. *Sign, symbol and artifact* berpengaruh terhadap kepuasan wajib pajak dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.173.

Petunjuk atau arus pembayaran pajak kendaraan bermotor yang jelas, simbol yang terdapat pada Kantor SAMSAT Bandar Lampung mudah ditemukan serta sangat penting untuk memastikan wajib pajak kendaraan bermotor tidak tersesat dan bingung pada saat melakukan pembayaran pajak kendaraan bermotor karena lingkungan yang asing. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Rashid *et al.*, (2015), Siu *et al.*, (2012) Bahwa *sign, symbol and artifact* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung pameran dan penelitian yang dilakukan oleh Rijae dan Magnadi (2018), dalam penelitian tersebut menyebutkan dimensi *serviscape* yaitu *sign, symbol dan artifact* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan penumpang domestik di Bandara Ahmad Yani Semarang.

#### 4.8.4 Pengaruh *Facility Cleanliness* (Fasilitas Kebersihan) ( $X_4$ ) terhadap Kepuasan Wajib Pajak.

Hipotesis  $H_4$  dalam penelitian ini menyatakan bahwa *facility cleanliness* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Penelitian dilakukan kepada 100 responden wajib pajak yang melakukan pembayaran pajak kendaraan bermotor di Kantor SAMSAT Bandar Lampung dari 100 responden mayoritas responden memiliki pendidikan lulusan S1/S2 sebanyak 47 responden yang berpartisipasi dalam menjawab kuesioner penelitian. *Facility cleanliness* atau fasilitas kebersihan adalah bagian penting dalam *servicescape*, terutama bagi pengguna jasa yang harus menghabiskan waktu beberapa jam di area pelayanan (Wakefield and Boldget, 1996). Lingkungan yang rapih dan bersih secara konseptual menciptakan citra pelayanan yang profesional dan unggul, kebersihan dapat berfungsi untuk meningkatkan citra sosial yang buruk, karena lingkungan yang bersih menandakan bahwa layanan yang diberikan dapat diterima secara sosial. Citra sosial tersebut mempengaruhi kepuasan pengunjung ketika merasakan layanan dalam *servicescape* tersebut (Gray dan Sansolo, 1993).

Berdasarkan hasil uji hipotesis parsial (uji statistik t) diketahui nilai Sig. untuk pengaruh  $X_4$  terhadap Y adalah sebesar  $0,016 < 0,05$  dan nilai t hitung  $2,468 > t$  tabel  $1,985$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak  $H_4$  diterima yang artinya terdapat pengaruh signifikan *facility cleanliness* atau fasilitas kebersihan terhadap kepuasan wajib pajak yang membayarkan pajak kendaraan bermotor di Kantor SAMSAT Bandar Lampung. *Facility cleanliness* berpengaruh terhadap kepuasan wajib pajak kendaraan bermotor dengan nilai koefisien regresi

sebesar 0.237. Mayoritas responden setuju bahwa secara keseluruhan Kantor SAMSAT Bandar Lampung menjaga kebersihan. Lingkungan yang bersih menandakan bahwa layanan yang diberikan oleh Kantor SAMSAT Bandar Lampung sudah baik sehingga mempengaruhi wajib pajak kendaraan bermotor yang datang. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh lam *et al.*, (2011) yang menunjukkan bahwa kebersihan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan *game* di Makau.





## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel *ambient conditions* ( $X_1$ ), *spatial layout and functionality* ( $X_2$ ), *sign, symbol and artifact* ( $X_3$ ), dan *facility cleanliness* ( $X_4$ ) terhadap kepuasan wajib pajak kendaraan bermotor di Kantor SAMSAT Bandar Lampung. Berdasarkan hasil perhitungan dan analisis yang telah dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan uji statistik dan pembahasan dalam penelitian ini, variabel *ambient conditions* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan wajib yang membayarkan pajak kendaraan bermotor di Kantor SAMSAT Bandar Lampung. Mayoritas wajib pajak kendaraan bermotor setuju pada item pertanyaan variabel *ambient conditions*. Dimana indikator suhu, kualitas udara, musik, aroma dan pencahayaan yang baik dapat meningkatkan kepuasan dan kenyamanan wajib pajak. Dengan demikian terbukti bahwa semakin baik *ambient conditions* atau kondisi lingkungan sekitar Kantor SAMSAT Bandar Lampung maka semakin memperkuat kepuasan wajib pajak kendaraan bermotor atas pengalaman pelayanan yang dirasakan.
2. Berdasarkan uji statistik dan pembahasan dalam penelitian ini, variabel *spatial layout and functionality* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan wajib yang membayarkan pajak kendaraan bermotor di Kantor SAMSAT Bandar Lampung. Peneliti menduga bahwa hal ini terjadi ketika wajib pajak yang membayarkan pajak kendaraan bermotor di Kantor

SAMSAT Bandar Lampung tidak memperhatikan tata ruang dan menikmati fasilitas yang tersedia pada Kantor SAMSAT Bandar Lampung. Hal ini dikarenakan proses pembayaran tersebut dilakukan pada saat Kantor Samsat Bandar Lampung sedang menerapkan sistem jaga jarak fisik atau *physical distancing* dalam pencegahan penyebaran corona virus atau covid-19. Sehingga wajib pajak kendaraan bermotor kurang memperhatikan tata ruang dan tidak dapat menikmati fasilitas seperti ruang baca dan ketersediaan hiburan TV yang disediakan oleh Kantor SAMSAT. Wajib pajak kendaraan bermotor lebih banyak menghabiskan waktu menunggu di luar ruangan Kantor SAMSAT.

3. Berdasarkan uji statistik dan pembahasan dalam penelitian ini, variabel *sign, symbol and artifact* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan wajib pajak yang membayarkan pajak kendaraan bermotor di Kantor SAMSAT Bandar Lampung. Petunjuk atau arus pembayaran pajak kendaraan bermotor yang jelas, simbol yang terdapat pada Kantor SAMSAT Bandar Lampung mudah ditemukan serta sangat penting untuk memastikan wajib pajak kendaraan bermotor tidak tersesat dan bingung pada saat melakukan pembayaran pajak kendaraan bermotor karena lingkungan yang asing.
4. Berdasarkan uji statistik dan pembahasan dalam penelitian ini, variabel *facility cleanliness* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan wajib pajak yang membayarkan pajak kendaraan bermotor di Kantor SAMSAT Bandar Lampung. Lingkungan yang bersih menandakan bahwa layanan yang diberikan oleh Kantor SAMSAT Bandar Lampung sudah baik sehingga mempengaruhi wajib pajak kendaraan bermotor yang datang.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

### 1. Bagi Instansi Terkait

- a. *Ambient conditions* memiliki pengaruh yang besar terhadap kepuasan wajib pajak yaitu dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.257. akan tetapi berdasarkan hasil temuan masih ada keluhan wajib pajak kendaraan mengenai suhu di ruangan Kantor SAMSAT yang dinilai beberapa responden kurang nyaman. Oleh karena itu pengelola Kantor SAMSAT sebaiknya lebih memperhatikan tentang temperature *Air Conditionser* (AC) yang tersedia pada Kantor SAMSAT.
- b. *Facility cleanliness* berpengaruh terhadap kepuasan wajib pajak kendaraan bermotor dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.237. akan tetapi berdasarkan hasil temuan masih ada keluhan wajib pajak mengenai kebersihan toilet di Kantor SAMSAT. Oleh Karena itu itu pengelola Kantor SAMSAT sebaiknya lebih memperhatikan kebersihan toilet dengan menyediakan tempat sampah pada setiap ruangan toilet.
- c. *Sign, symbol and artifact* berpengaruh terhadap kepuasan wajib pajak dengan nilai koefisien regersi sebesar 0.173. akan tetapi berdasarkan hasil temuan masih ada keluhan wajib pajak kendaraan bermotor mengenai arus proses pembayaran pajak kendaraan bermotor ribet dan berliku-liku. Oleh karena itu instansi terkait diharapkan mampu menyederhanakan proses administrasi pembayaran pajak kendaraan bermotor pada Kantor SAMSAT.

d. *Spatial layout and functionality* memiliki pengaruh yang paling rendah terhadap kepuasan wajib pajak dibandingkan dengan variabel lainnya dengan nilai koefisien regresi 0.055. Diharapkan Kantor SAMSAT dapat melakukan pembenahan terhadap tata ruang seperti lebih memperhatikan wajib pajak yang menunggu antrian diluar ruangan Kantor SAMSAT dan menambah inovasi desain ruangan yang lebih nyaman dan menarik tetapi tetap menerapkan sistem *physical distancing* sehingga wajib pajak dapat menggunakan fasilitas yang disediakan Kantor SAMSAT. Sehingga pembenahan tersebut nantinya dapat meningkatkan kepuasan wajib pajak.

Kepuasan merupakan tujuan utama kualitas pelayanan. lingkungan layanan yang baik diharapkan dapat menghilangkan gratifikasi dan jasa calo di SAMSAT Bandar Lampung.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan wajib pajak khususnya wajib pajak yang membayar pajak kendaraan bermotor di SAMSAT. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas dan menambah jumlah sampel yang digunakan untuk mendapatkan hasil yang lebih signifikan lagi, dikarenakan pada penelitian ini hanya dikhususkan pada 100 responden wajib pajak yang membayar pajak kendaraan bermotor di Kantor SAMSAT Bandar Lampung.

## DAFTAR PUSTAKA

## Buku

Abdul Halim.(2001). *“Bunga Rampai Manajemen Keuangan Daerah”*, UPP  
AMP YKPN Jogjakarta, hlm. 23.

Agung, Anak Agung Putu. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Malang: UB Press

Anggoro, Damas Dwi. (2017). *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*. Malang: UB  
Press.

Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Darmawan. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Dharma Setyawan Salam. (2004). *Manajemen pemerintahan Indonesia*. Jakarta:

Djambatan, hal.89

Fatihudin, Didin dan Anang Firmansyah. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi,  
Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: Deepublish.

Gary, M., Sansolo, M., (1993). *60th Annual Report Of The Grocery Industry:  
Consumers*

Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM  
SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro; Semarang

Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*.  
Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Halim, Abdul. 2011. *Pengelolaan Keuangan Daerah*. Edisi Ketiga. UPP AMP  
YKPN

Kamaruddin Sellang, S.Sos., M.AP., DR. H. Jamaluddin, S.Sos, M.Si., Ahmad

Mustanir, S.I.P., M.Si. (2019). *Strategi Dalam Peningkatan Kualitas*

*Pelayanan Publik: Dimensi, Konsep, Indikator Dan Implementasinya.*

Penerbit Qiara Media.Hal 22

Kotler Dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi Ke 13. Jakarta:

Erlangga

Kotler, Philip & Gerry Armstrong. (2014). *Principle Of Marketing*, 15th edition.

New Jersey: Pearson Pretice Hall

Kotler, Philip And Kevin Lane Keller, (2016): *Marketing Management*, 15th

Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc

Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*

(Terjemahan). Edisi 13 Jilid 1 Dan 2. Jakarta: Erlangga

Lovelock, Christopher, Jochen Wirtz, Dan Jacky Mussry. 2010. *Pemasaran Jasa,*

*Manusia, Teknologi, Strategi*. Terjemah Oleh : Dian Wulandari Dan Devri

Barnadi Putera. Jilid 2. Edisi Ketujuh. Jakarta : Erlangga

Lovelock, Christopher, Jochen Wright, Lauren. 2011. *Manajemen Pemasaran*

*Jasa*. Jakarta : Erlangga.

Lovelock, Christopher. And Wirtz, Jochen. 2011. “*Services Marketing: “People,*

*Technology, Strategy”*, 7th Edition. New Jersey: Pearson Education, Inc

Lupiyoadi, Rambat. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Tiga. Jakarta :

Salemba Empat.

Lupiyoadi. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*, Penerbit

Salemba Empat, Jakata.

Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif penelitian di bidang manajemen, teknik, pendidikan dan eksperimen.*

Yogyakarta: deepublish

Rosramadhana, Bungaran Antonius Simanjuntak.(2018). *Strategi dan Problem*

*Sosial Politik Pemerintahan Otonomi Daerah Indonesia: Konsep*

*Mensukseskan Otonomi Daerah.* Yayasan Pustaka Obor Indonesia. Hal

156.

Salam, Dharma Setyawan. (2004). *Otonomi Daerah Dalam Perspektif*

*Lingkungan Nilai Dan Sumber Daya,* Jakarta : Djembatan.

Slamet, Riyanto, and Hatmawan Aglis Andhita. (2020). *Metode Riset Penelitian*

*Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan*

*Eksperimen.* Yogyakarta: Deepublish. *Show Cautious Optimism.*

Progressive Grocer 72 (4), 88–94.

Siregar. Syofian. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan*

*Perbandingan Perhitungan Manual Dan SPSS.* Jakarta: Kencana.

Sujarweni, V. W., & Utami, L. R. (2019). *The Master Book Of SPSS.* Yogyakarta:

STARTUP.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif,*

*Kualitatif, Dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

\_\_\_\_\_. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.* Bandung:

PT Alfabet.

\_\_\_\_\_. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D.* Bandung:

Alfabeta.

\_\_\_\_\_. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. Bandung:

Alfabeta

Sutopo dan Suryanto. 2003. *Pelayanan Prima*. Bandung: Nuansa

Tjiptono, Fandy & Gregorius Chandra. (2011). *Service Quality & Satisfaction*

Edisi 3. Yogyakarta : ANDI

Tjiptono, Fandy. (2012). *Service Manajemen : Mewujudkan Layanan Prima*. Cv

Andi Offset. Yogyakarta.

\_\_\_\_\_. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian*, Andi

Offset, Yogyakarta.

\_\_\_\_\_. (2014). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian*.

Yogyakarta: Andi Offset.

Tony Wijaya. (2013). *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. Yogyakarta.

Graha Ilmu.

Usman, Husaini Dan Akbar, Purnomo Setiady. (2014). *Metodologi Penelitian*

*Sosial* Edisi 2. Jakarta: Bumi Aksara.

Zeithaml, Bitner, & Gremler. 2013. *Services Marketing: Integrating Customer*

*Focus Across The Firm*, Sixth Edition. Mcgrawhill

Zeithaml, Valarie A, Dan Bitner, Mary Jo. (2013), *Service Marketing*, 6th Edition,

Mcgraw-Hill Education

Zulganef. (2013). *Metode Penelitian Sosial Dan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

### Jurnal

Artuger, S. (2020). *The Effect Of Servicescape In Hotels On Customer*

*Satisfaction: Evidence From Resort Hotels*. Turizam, 24(3), 113-124.

Lam, L. W., Chan, K. W., Fong, D., & Lo, F. (2011). *Does The Look Matter? The Impact Of Casino Servicescape On Gaming Customer Satisfaction, Intention To Revisit, And Desire To Stay*. International Journal Of Hospitality Management, 30(3), 558-567.

Rashid, N. M., Ma'amor, H., Ariffin, N., & Achim, N. A. (2015). *Servicescape: Understanding how physical dimensions influence exhibitors satisfaction in convention centre*. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 211, 776-782

Rijae, Z. M., & Magnadi, R. H. (2017). *Pengaruh Servicescape Terhadap Kepuasan Pengunjung (Studi Pada Penumpang Domestik Di Bandara Ahmad Yani Semarang)* (Doctoral Dissertation, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis).

Siu, N. Y. M., Wan, P. Y. K., & Dong, P. (2012). *The impact of the servicescape on the desire to stay in convention and exhibition centers: The case of Macao*. International Journal of Hospitality Management, 31(1), 236-246.

Wakefield, K. L., & Blodgett, J. G. (1996). *The Effect Of The Servicescape On Customers' Behavioral Intentions In Leisure Service Settings*. Journal Of Services Marketing.

Wati, L. J. (2018). *Analisis Kualitas Pelayanan Ladies Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Di Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Mall Bumi Kedaton Bandar Lampung* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS LAMPUNG).

## Peraturan

Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia (PANRB) Nomor 11 Tahun 2015 Tentang Road Map Reformasi Birokrasi 2015-2019.

Undang –Undang No 33 Tahun 2004 Tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat Dan Pemerintahan Daerah.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 1964 Tentang Penetapan

Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang No. 3 Tahun 1964

Tentang Pembentukan Daerah Tingkat I Lampung dengan mengubah

Undang-Undang No. 25 Tahun 1959 Tentang Pembentukan Daerah

Tingkat I Sumatera Selatan (Lembaran Negara Tahun 1964 No. 8)

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah

## Situs Web / Internet

Ach, Masih ada Cal di Samsat Bandar Lampung (2020, 25 Juni). Ombudsman Republik Indonesia [on-line], diakses tanggal 6 Desember 2020 dari <https://www.ombudsman.go.id/perwakilan/news/r/pwk--ach-masih-ada-calo-di-Samsat-bandar-lampung>

APBD dan Realisasi APBD 2018-2020 Prov. Lampung. Portal Data [on-line], diakses pada tanggal 5 Januari 2020 dari <http://www.djpk.kemenkeu.go.id/portal/data/apbd>

Juantoro. (2019, Juli 23). *PKB menunggak Rp1,2 triliun, Bapenda Lampung sosialisasi pendataan dan verifikasi potensi penerimaan pajak di lamsel.*

<https://m.lampost.co/berita-pkb-menunggak-rp1-2-triliun-bapenda-lampung-sosialisasi-pendataan-dan-verifikasi-potensi-penerimaan-pajak-di-lamsel.html>

Reformasi Borokrasi (2009, Mei 13) Kementerian Pendayagunaan Aparatur

Negara dan Reformasi Birokrasi [on-line], diakses Tanggal 23 Januari 2020 dari <https://www.menpan.go.id/site/reformasi-birokrasi/makna-dan-tujuan>

Ridho, Ahmad. (2018, Februari 27). *Anak zaman now, ini lho kepanjangan*

*SAMSAT serta fungsinya di polri, dispenda dan jasa raharja.*

<https://www.motorplus-online.com/read/251225463/anak-zaman-now-ini-lho-kepanjangan-Samsat-septa-fungsinya-di-polri-dispenda-dan-jasa-raharja>

Safarina, H. (2019, November 14). *Melihat profil pajak provinsi paling selatan di*

*sumatra.*<https://news.ddtc.co.id/melihat-profil-pajak-provinsi-paling-selatan-di-sumatra-17804>

SAMSAT Bandar Lampung. Petalokasi.org [on-line], diakses tanggal 6

Desember 2020 dari <https://petalokasi.org/Kabupaten-Lampung-Selatan/SAMSAT-Bandar-Lampung-378222/>

Yuk Mengenal SAMSAT! (2017, 14 April). BAPENDA JABAR [on-line],

Diakses pada tanggal 23 Januari 2020 dari <https://bapenda.jabarprov.go.id/2017/04/04/yuk-mengenal-Samsat/>.

## LAMPIRAN

## Lampiran 1. Surat Peizinan Riset



**PEMERINTAH PROVINSI LAMPUNG**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN**  
**PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
 Jalan Dr. Warsito No. 2 Telp. (0721) 482372, Fax (0721) 482372  
**TELUK BETUNG 35221**

**REKOMENDASI PENELITIAN DI DAERAH PROVINSI LAMPUNG**

**NOMOR : 463/0967/V.16/2021**

<b>DASAR</b>	: 1. Undang-Undang 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah; 2. Instruksi Presiden RI Nomor 6 Tahun 2020 Tentang Peningkatan Disiplin Pengawasan Hukum Protokol Kesehatan Dalam Pencegahan dan Pengendalian Corona Virus Disease 2019; 3. Peraturan Menteri Dalam Negeri RI Nomor 3 Tahun 2018 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian; 4. Peraturan Daerah Provinsi Lampung Nomor 19 Tahun 2017 tentang Penyelenggaraan Pelayanan Perizinan Terpadu; 5. Peraturan Daerah Provinsi Lampung Nomor 4 Tahun 2019 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Provinsi Lampung.
<b>MEMBACA</b>	: Surat Permohonan dari Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Nomor: 275/UN10.F03.12/PN/2021 Tanggal 11-01-2021 perihal Permohonan Data, dan Menyebar Kuesioner
<b>MEMPERHATIKAN</b>	: Proposal Penelitian
<b>MEREKOMENDASIKAN :</b>	
Nama / NPM / NIP	: <b>OKTAVIA KUSUMA WATI / 165030401111039</b>
Jenis Kelamin	: Perempuan
Tempat/Tgl.Lahir	: Sekayu / 19-10-1998
Alamat	: Pasar Senin Kel. Negara Ratu Kec. Sungkai Utara Kab. Lampung Utara
Pekerjaan	: Mahasiswa
Tujuan	: Mengadakan Penelitian Dalam Rangka Penyelesaian Tugas Akhir
Lokasi Penelitian	: UPTD Wilayah 1 Samsat Bandar Lampung
Judul Penelitian	: Pengaruh Servicescape Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Di SAMSAT Bandar Lampung (Studi Pada Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Di UPTD Wilayah 1 SAMSAT Bandar Lampung)
Waktu yang diberikan	: 11 Januari 2021 s/d 12 Maret 2021

**Dengan Ketentuan :**

1. Rekomendasi ini diterbitkan untuk Kepentingan Penelitian yang bersangkutan.
2. Tidak dibenarkan melakukan Penelitian/Survei yang tidak sesuai/tidak ada kaitannya dengan Judul Kegiatan Penelitian/Survei tersebut diatas.
3. Melaporkan hasil Penelitian/Survei kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Lampung.
4. Surat Rekomendasi ini dicabut apabila Pemegangnya tidak menaati ketentuan tersebut diatas.
5. Yang bersangkutan harus memenuhi syarat serta ketentuan Peraturan Perundang-undangan yang berlaku.
6. Pemohon Agar senantiasa Mematuhi Protokol Kesehatan (memakai masker, mencuci tangan, dan menjaga jarak).



Dikeluarkan di : Bandar Lampung  
 Pada tanggal : 11 Januari 2021

**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL  
 DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU  
 PROVINSI LAMPUNG,**

**DR. DUDROTUL IKHWAN, M.M.**  
 Pembina Utama Madya  
 NIP. 19650107 199402 1 001

**Tembusan :**

1. Kepala Badan Pendapatan Daerah Provinsi Lampung.
2. Kepala UPTD Wilayah 1 Samsat Bandar Lampung.
3. Rektor Universitas Brawijaya Cq Dekan Fakultas Ilmu Administrasi.



**PEMERINTAH PROVINSI LAMPUNG  
BADAN PENDAPATAN DAERAH**

Jl. Hasanuddin No. 45 Telp. 481126-486261 Fax. 475233  
**TELUK BETUNG**

Bandar Lampung, 19 Januari 2021.

Kepada

Nomor	: 800/0114/VI.03/01/2021.	Yth.	Dekan FIA
Sifat	: Biasa		Universitas Brawijaya
Lampiran	: -		
Hal	: Kesiediaan Menerima Mahasiswa/Mahasiswi Melakukan Penelitian/Survei.	Di -	Malang.

Sehubungan dengan surat dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Lampung Nomor : 463/0967/V.16/2021 Tanggal 11 Januari 2021 Perihal Rekomendasi Penelitian/Survei di Daerah Provinsi Lampung ,dari tanggal 11 Januari 2021 s.d 12 Maret 2021. Atas Nama :

Nama : **OKTAVIA KUSUMA WATI**  
NPM : 165030401111039  
Alamat : Pasar Senin Kec. Sungkai Utara Kabupaten Lampung Utara  
Judul Penelitian : **"Pengaruh Servicescape Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor di SAMSAT Bandar Lampung."**

Dengan ini kami sampaikan bahwa, Permohonan tersebut diatas dapat kami terima pada kantor Badan Pendapatan Daerah Provinsi Lampung di UPTD Pendapatan Wilayah I (Samsat Rajabasa), dengan Ketentuan Sebagai Berikut :

1. Selama Mengadakan Penelitian/Survei, Mengikuti Tata Tertib dan Jam Kerja yang berlaku pada Badan Pendapatan Daerah Provinsi Lampung.
2. Berpakaian Rapih dan Sopan (sesuai dengan protokol Kesehatan Covid 19).
3. Biaya yang dikeluarkan selama mengadakan Penelitian/Survei ditanggung oleh Mahasiswa/ Mahasiswi yang bersangkutan.

Demikian untuk maklum Terimakasih.

**an. KEPALA BADAN  
SEKERTARIS,**  
  
**JON NOWEL S.STP.,M.IP.**  
Pemimpin  
NIP. 19810101 199912 1 001

Tembusan : Kepada Yth.

1. Kepala Badan Pendapatan Daerah Provinsi Lampung (Sebagai Laporan)
2. Kepala UPTD Pendapatan Wilayah I Bandar Lampung

## Lampiran 2. Kuesioner Penelitian

**KUESIONER**

Kepada responden yang terhormat,

Perkenalkan saya Oktavia Kusuma Wati dengan NIM. 165030401111039 mahasiswi Program Studi Perpajakan, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya, Saya membutuhkan partisipasi bapak/ibu untuk mengisi kuesioner dibawah ini dengan jawaban yang sebenarnya. Informasi yang saya dapatkan nantinya akan digunakan sebagai data riset untuk menyelesaikan skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Servicescape Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Di Samsat Kota Bandar Lampung (Studi Pada Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Di Kantor SAMSAT Kota Bandar Lampung)”. Jawaban dalam kuesioner ini bersifat rahasia dan akan digunakan sebagaimana mestinya. Atas bantuan dan ketersediaan bapak/ibu dalam mengisi kuesioner ini, dengan rendah hati saya ucapkan terimakasih

Hormat Saya,

Oktavia Kusuma Wati

**Petunjuk Pengisian Kuesioner**

1. Sebelum mengisi kuesioner ini, mohon Bapak/Ibu membaca setiap butir pertanyaan dengan cermat.
2. Bapak/Ibu dapat memberikan tanda *check list* (√) pada kolom yang sesuai dengan pilihan.
3. Untuk setiap butir pertanyaan hanya diperbolehkan memilih satu alternated jawaban. Pilihan jawaban pada pernyataan kuesioner sebagai berikut :

Jawaban Responden	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-ragu/netral (RR)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

4. Semua pertanyaan yang ada, mohon dijawab tanpa ada satupun yang terlewat.

**Data Responden**

1. Usia :  <20 Tahun  21-30 Tahun  
 31-40 Tahun  41-50 Tahun  
 >51 Tahun
2. Jenis Kelamin :  Laki-laki  Perempuan
3. Pendidikan :  SD  SMP  
 SMA/SMK  D1/D2/D3  
 S1/S2
4. Kunjungan SAMSAT :  Pertama  Kedua kalinya  
 Ketiga kalinya  Keempat kalinya  
 Kelima kalinya/ lebih

Berikut adalah item pertanyaan yang harus diisi:

**A. Ambient Conditions (Kondisi Lingkungan Sekitar)**

*Ambient conditions* yaitu segala karakteristik lingkungan yang dapat dirasakan oleh pancaindra.

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	RR	S	SS
1.	Suhu di Kantor SAMSAT Bandar Lampung sangat nyaman					
2.	Kualitas udara di Kantor SAMSAT Bandar Lampung sangat bagus.					
3.	Tingkat kebisingan di Kantor SAMSAT Bandar Lampung dapat diterima					
4.	Aroma di Kantor SAMSAT Bandar Lampung menyenangkan					
5.	Pencahayaan pada Kantor SAMSAT Bandar Lampung sangat baik.					

**B. Spatial Layout and Functionality (Tata Ruang dan Fungsi)**

*Spatial layout* mengacu pada ukuran dan bentuk fasilitas lingkungan serta pengaturan letak peralatan dan perabotan. *Functionality* mengacu pada kegunaan dari fasilitas yang dimiliki.

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	RR	S	SS
1.	Tempat lahan parkir di Kantor SAMSAT Bandar Lampung memadai					
2.	Desain ruangan di Kantor SAMSAT Bandar Lampung nyaman dan menarik					
3.	Tata letak interior di Kantor SAMSAT Bandar Lampung sudah sesuai dan menarik					
4.	Tempat duduk di Kantor SAMSAT Bandar Lampung memadai					
5.	Toilet di Kantor SAMSAT Bandar Lampung mudah dijangkau					
6.	Fasilitas dan layanan di Kantor SAMSAT Bandar Lampung sudah memenuhi kebutuhan					
7.	Sarana Pertokoan di Kantor SAMSAT Bandar Lampung memadai					
8.	<i>Display information</i> di Kantor SAMSAT Bandar Lampung memadai					

### C. *Signs, Symbol and Artifact* (Petunjuk, Simbol, dan benda artefak)

*Signs* digunakan untuk mengkomunikasikan label, tujuan dan peraturan, sedangkan *symbol and artifact* memberikan isyarat kepada pengunjung mengenai tempat, norma dan perilaku yang diharapkan dalam tempat tersebut.

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	RR	S	SS
1.	Karyawan pada pada Kantor SAMSAT Bandar Lampung berpenampilan menarik					
2.	Pengunjung paham arti nama SAMSAT					

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	R	S	SS
3.	Arus proses pembayaran pajak kendaraan bermotor di Kantor SAMSAT Bandar Lampung sangat jelas					
4.	Tanda – tanda dan simbol yang terdapat dalam Kantor SAMSAT Bandar Lampung mudah ditemukan.					
5.	Dekorasi di Kantor SAMSAT Bandar Lampung menarik perhatian					
6.	Announcer di Kantor SAMSAT Bandar Lampung terdrngar jelas.					

#### D. Facility cleanliness (Kebersihan)

*Facility cleanliness* sebuah fasilitas adalah bagian penting dalam *servicescape*, terutama bagi pengguna jasa yang harus menghabiskan beberapa jam di area pelayanan.

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	RR	S	SS
1.	Toilet di Kantor SAMSAT Bandar Lampung kebersihannya sangat terjaga					
2.	Kantor SAMSAT Bandar Lampung sangat menjaga kebersihan area layanan.					
3.	Secara keseluruhan Kantor SAMSAT Bandar Lampung menjaga kebersihan					
4.	Kantor SAMSAT Bandar Lampung menjaga kebersihan jalan masuk dan jalan keluar pengunjung					

### E. Kepuasan Wajib Pajak

Kepuasan konsumen adalah sejauh mana kinerja suatu produk yang dirasakan sesuai dengan harapan Wajib Pajak.

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	RR	S	SS
1.	Pengalaman di Kantor SAMSAT Kota Bandar Lampung melebihi ekspektasi saya					
2.	Saya puas dengan kondisi lingkungan di Kantor SAMSAT Kota Bandar Lampung					
3.	Saya puas dengan pegalaman membayar pajak kendaraan bermotor di Kantor SAMSAT kota Bandar Lampung					
4.	Secara keseluruhan saya puas melakukan pembayaran pajak kendaraan bermotor di Kantor SAMSAT Kota Bandar Lampung.					

## Lampiran 3. Distribusi Jawaban Responden

## Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<20 tahun	7	7.0	7.0	7.0
	21-30 tahun	59	59.0	59.0	66.0
	31-40 tahun	32	32.0	32.0	98.0
	41-50 tahun	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

## Jenis\_Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	57	57.0	57.0	57.0
	Perempuan	43	43.0	43.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

## Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA/SMK	41	41.0	41.0	41.0
	D1/D2/D3	12	12.0	12.0	53.0
	S1/S2	47	47.0	47.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

## Kunjungan\_Ke\_SAMSAT

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	pertama kalinya	43	43.0	43.0	43.0
	kedua kalinya	30	30.0	30.0	73.0
	ketiga kalinya	10	10.0	10.0	83.0
	keempat kalinya	3	3.0	3.0	86.0
	kelimakalinya / Lebih	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 4. Tabulasi Jawaban Responden X

Responden	Ambient Conditions (X1)					Total	Spatial Layout and Functionality (X2)								Total	
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.5	X2.7	X2.8		
1	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	32	
2	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	4	4	4	4	32	
3	4	3	3	4	4	18	4	4	4	4	4	4	4	4	32	
4	4	4	3	4	4	19	4	5	5	4	4	4	5	4	35	
5	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	32	
6	5	4	2	3	2	16	4	3	2	4	5	4	2	3	2	25
7	3	3	3	3	4	16	4	4	3	4	3	4	3	4	29	
8	4	2	3	4	5	18	4	4	4	4	4	4	4	4	32	
9	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	3	4	4	4	31	
10	2	4	3	3	4	16	4	4	3	3	3	4	2	3	26	
11	4	4	4	3	4	19	5	4	3	4	3	3	4	4	30	
12	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	32	
13	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	32	
14	2	3	4	3	4	16	4	3	3	3	4	3	4	4	28	
15	3	4	4	4	4	19	2	4	4	3	4	5	3	4	29	
16	4	4	4	4	5	21	4	5	4	4	3	4	5	5	34	
17	4	4	3	5	4	20	5	5	4	5	4	5	3	3	34	
18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	32	
19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	3	3	4	4	29	
20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	32	

Lanjutan Lampiran 4. Tabulasi Jawaban Responden X

Responden	Ambient Conditions (X1)					Total	Spatial Layout and Functionality (X2)								Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.5	X2.7	X2.8	
21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	32
22	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	3	4	4	4	30
23	3	3	4	4	4	18	4	3	4	5	4	3	4	4	31
24	3	3	4	3	4	17	4	3	3	4	3	3	4	4	28
25	4	4	3	4	4	19	5	3	4	2	3	4	4	4	29
26	3	3	3	3	3	15	3	3	4	4	3	5	3	3	28
27	4	4	3	3	4	18	4	4	4	3	4	4	4	4	31
28	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	32
29	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	32
30	3	5	4	3	4	19	2	4	5	2	3	4	2	4	26
31	3	3	3	3	4	16	4	3	3	3	3	3	3	4	26
32	3	4	4	3	4	18	5	4	4	4	3	3	1	4	28
33	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	3	4	4	4	32
34	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	32
35	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	32
36	2	4	4	3	4	17	3	4	5	4	3	4	4	2	29
37	4	4	4	3	3	18	4	3	4	3	3	4	4	3	28
38	3	4	4	3	4	18	4	4	4	4	3	4	3	4	30
39	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	32
40	4	4	4	3	4	19	3	4	5	4	5	5	3	5	35

Lanjutan Lampiran 4. Tabulasi Jawaban Responden X

Responden	Ambient Conditions (X1)					Total	Spatial Layout and Functionality (X2)								Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.5	X2.7	X2.8	
41	4	4	3	4	4	19	3	3	3	3	4	4	4	4	28
42	4	3	4	4	5	20	5	4	4	5	3	5	4	5	35
43	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	32
44	3	4	3	2	4	16	3	3	4	2	4	3	5	3	27
45	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	4	4	4	32
46	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	32
47	4	4	4	4	3	19	3	4	4	2	2	4	5	4	28
48	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	32
49	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	32
50	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	4	4	3	4	30
51	4	4	3	4	4	19	3	3	4	4	4	4	4	4	30
52	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	4	3	3	4	29
53	4	4	4	5	4	21	4	5	4	5	4	5	4	4	35
54	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	32
55	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	32
56	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	4	4	4	33
57	4	3	4	3	3	17	3	4	3	3	3	3	3	4	26
58	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	4	4	4	32
59	3	3	4	4	4	18	4	5	5	4	4	5	4	5	36
60	5	4	4	4	5	22	5	4	4	4	4	4	4	5	34

Lanjutan Lampiran 4. Tabulasi Jawaban Responden X

Responden	Ambient Conditions (X1)					Total	Spatial Layout and Functionality (X2)								Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.5	X2.7	X2.8	
61	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	32
62	3	3	2	3	4	15	2	4	4	4	2	4	4	3	27
63	3	4	4	4	4	19	5	4	3	3	3	4	3	2	27
64	4	3	4	4	4	19	5	4	4	4	4	4	5	5	35
65	4	4	4	5	4	21	4	5	4	4	4	4	4	4	33
66	5	5	2	4	5	21	5	4	3	4	4	3	4	4	31
67	3	3	4	3	4	17	4	2	3	4	4	4	2	2	25
68	2	4	4	2	4	16	4	4	4	2	2	2	4	4	26
69	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	32
70	4	3	4	4	4	19	4	4	4	5	4	5	5	4	35
71	5	4	5	3	5	22	5	3	5	4	5	5	4	5	36
72	5	5	3	5	5	23	5	5	4	5	5	3	3	4	34
73	4	4	4	5	5	22	4	4	5	5	4	4	4	5	35
74	3	4	3	4	4	18	4	4	4	4	4	4	4	4	32
75	3	4	3	4	4	18	4	4	4	4	4	4	4	4	32
76	4	3	4	5	4	20	4	5	3	5	5	4	5	4	35
77	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	32
78	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	1	4	3	4	28
79	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	32
80	3	4	3	3	4	17	3	4	3	3	4	4	3	4	28

Lanjutan Lampiran 4. Tabulasi Jawaban Responden X

Responden	Ambient Conditions (X1)					Total	Spatial Layout and Functionality (X2)								Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.5	X2.7	X2.8	
81	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	4	4	5	4	34
82	4	4	4	4	4	20	5	4	3	5	4	4	4	5	34
83	3	4	3	3	2	15	4	3	3	4	4	3	4	4	29
84	4	4	3	4	4	19	5	5	4	4	3	3	3	4	31
85	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	32
86	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	3	31
87	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	32
88	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	32
89	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	32
90	4	4	3	4	4	19	4	5	3	3	3	4	4	4	30
91	3	3	3	3	3	15	3	4	5	4	3	3	4	3	29
92	3	3	3	3	4	16	3	4	3	4	4	3	4	4	29
93	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	32
94	3	3	4	4	4	18	4	3	4	4	4	4	4	4	31
95	3	3	3	3	3	15	4	3	3	3	3	3	3	3	25
96	3	4	3	4	4	18	4	4	3	4	3	4	3	4	29
97	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	3	4	3	4	30
98	4	3	3	3	4	17	4	4	4	4	3	3	3	3	28
99	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	32
100	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	32

Lanjutan Lampiran 4. Tabulasi Jawaban Responden X

Responden	Sign, Symbol and Artifact (X3)						Total	Facility Cleanliness (X4)				Total
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	
1	5	5	4	4	5	4	27	5	4	4	5	18
2	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
3	4	4	3	2	4	3	20	3	3	3	4	13
4	3	2	4	3	4	4	20	4	4	3	3	14
5	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
6	2	4	2	3	5	2	18	3	4	3	4	14
7	3	4	4	4	4	4	23	4	4	4	4	16
8	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
9	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
10	4	4	2	3	3	4	20	4	4	4	4	16
11	4	4	4	4	3	3	22	4	4	4	3	15
12	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
13	4	3	4	4	4	4	23	4	4	4	4	16
14	4	4	4	3	2	4	21	4	4	4	4	16
15	3	3	4	4	3	4	21	4	4	4	3	15
16	5	4	4	2	4	2	21	2	4	4	4	14
17	5	5	5	5	5	5	30	5	3	4	5	17
18	4	4	4	4	4	4	24	4	3	4	4	15
19	3	4	4	3	4	3	21	3	4	4	4	15
20	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16

Lanjutan Lampiran 4. Tabulasi Jawaban Responden X

Responden	Sign, Symbol and Artifact (X3)						Total	Facility Cleanliness (X4)				Total
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	
21	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
22	4	4	4	4	4	4	24	3	4	3	5	15
23	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
24	4	4	4	4	3	4	23	4	4	4	4	16
25	4	3	4	5	3	4	23	4	4	4	4	16
26	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12
27	3	3	3	3	3	4	19	3	4	4	3	14
28	3	4	4	4	3	4	22	3	3	3	3	12
29	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
30	4	3	4	4	3	4	22	3	3	4	3	13
31	4	4	4	4	3	4	23	3	4	4	4	15
32	4	4	3	4	2	4	21	2	3	3	3	11
33	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
34	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
35	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
36	4	4	5	4	4	4	25	4	4	4	4	16
37	4	4	4	3	3	4	22	3	4	3	4	14
38	4	4	4	4	4	4	24	3	4	4	4	15
39	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
40	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16

Lanjutan Lampiran 4. Tabulasi Jawaban Responden X

Responden	Sign, Symbol and Artifact (X3)						Total	Facility Cleanliness (X4)				Total
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	
41	4	5	5	A	4	5	23	4	4	4	4	16
42	5	4	5	4	3	5	26	5	4	5	3	17
43	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
44	3	4	2	3	2	3	17	3	3	3	3	12
45	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
46	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
47	4	2	4	2	4	4	20	3	4	4	4	15
48	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
49	4	4	2	3	3	1	17	2	3	4	2	11
50	4	3	4	4	4	4	23	4	4	4	4	16
51	4	4	4	4	4	4	24	3	3	4	4	14
52	4	3	4	4	4	3	22	3	4	4	4	15
53	5	5	5	4	5	4	28	4	4	5	5	18
54	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
55	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
56	4	3	4	4	4	4	23	4	4	4	4	16
57	3	3	4	3	3	3	19	3	3	3	4	13
58	4	3	4	4	4	4	23	4	4	4	4	16
59	5	3	5	4	4	4	25	4	4	4	4	16
60	4	3	4	4	4	4	23	4	4	4	4	16

Lanjutan Lampiran 4. Tabulasi Jawaban Responden X

Responden	Sign, Symbol and Artifact (X3)						Total	Facility Cleanliness (X4)				Total
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	
61	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
62	4	3	2	2	4	3	18	2	3	3	3	11
63	4	5	4	4	2	3	22	2	3	3	3	11
64	5	3	4	5	4	5	26	3	4	3	4	14
65	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	5	17
66	5	5	4	4	4	4	26	5	5	3	5	18
67	4	3	4	2	4	4	21	2	4	2	4	12
68	2	4	3	4	4	4	21	2	4	3	4	13
69	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
70	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
71	5	4	5	5	4	5	28	5	5	4	5	19
72	5	5	4	5	3	4	26	5	4	5	5	19
73	5	5	3	4	5	4	26	4	5	5	5	19
74	4	3	4	5	4	4	24	4	4	4	4	16
75	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
76	4	3	5	5	5	4	26	5	4	3	5	17
77	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
78	3	3	5	5	2	4	22	4	4	3	5	16
79	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
80	4	3	4	4	2	4	21	3	3	3	3	12

Lanjutan Lampiran 4. Tabulasi Jawaban Responden X

Responden	Sign, Symbol and Artifact (X3)						Total	Facility Cleanliness (X4)				Total
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	
81	5	4	4	3	4	4	24	5	4	4	4	17
82	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
83	3	3	3	4	3	3	19	2	3	3	3	11
84	4	3	4	3	4	4	22	3	4	4	4	15
85	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
86	4	3	4	4	4	4	23	4	4	4	4	16
87	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
88	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
89	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
90	5	5	4	5	4	4	27	4	4	4	4	16
91	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12
92	4	3	3	4	4	2	20	2	3	4	4	13
93	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
94	3	4	3	4	3	4	21	4	4	4	4	16
95	3	3	3	4	3	3	19	3	3	3	3	12
96	3	2	3	3	3	3	17	3	4	4	4	15
97	2	4	4	4	4	4	22	3	3	3	3	12
98	3	3	3	3	4	4	20	3	4	4	3	14
99	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
100	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16

Lampiran 5. Tabulasi Jawaban Responden Y

Responden	Kepuasan Wajib Pajak (Y)				Total
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	
1	4	4	4	4	16
2	4	4	4	4	16
3	3	3	3	3	12
4	3	4	4	4	15
5	4	4	4	4	16
6	5	4	3	4	16
7	3	4	3	4	14
8	4	4	4	4	16
9	4	4	4	4	16
10	4	3	3	4	14
11	3	4	4	4	15
12	4	4	4	4	16
13	4	4	4	4	16
14	3	3	4	4	14
15	4	4	4	4	16
16	2	4	4	4	14
17	4	4	5	5	18
18	4	4	4	3	15
19	3	4	4	4	15
20	4	4	4	4	16
21	4	4	4	4	16
22	4	4	4	4	16
23	4	4	4	4	16
24	3	3	4	4	14
25	4	4	3	4	15
26	3	3	3	3	12
27	3	3	4	4	14
28	4	3	4	4	15
29	4	4	4	4	16
30	4	4	4	4	16
31	3	3	3	3	12
32	3	3	3	3	12
33	4	5	4	4	17
34	4	4	4	4	16
35	4	4	4	4	16

Lanjutan Lampiran 5. Tabulasi Jawaban Responden Y

Responden	Kepuasan Pengunjung (Y)				Total
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	
36	3	3	4	3	13
37	3	4	4	4	15
38	4	4	4	4	16
39	4	4	4	4	16
40	4	4	5	4	17
41	4	4	4	5	17
42	5	3	4	5	17
43	4	4	4	4	16
44	3	4	4	3	14
45	4	4	4	4	16
46	4	3	4	4	15
47	4	4	4	4	16
48	4	4	4	4	16
49	2	3	5	4	14
50	4	4	4	4	16
51	3	4	4	4	15
52	4	4	4	4	16
53	4	4	4	5	17
54	4	4	4	4	16
55	4	4	4	4	16
56	2	4	4	4	14
57	4	3	4	4	15
58	4	4	4	4	16
59	5	4	4	5	18
60	4	4	4	4	16
61	4	4	4	4	16
62	2	3	3	3	11
63	3	4	3	3	13
64	4	4	4	4	16
65	5	4	4	5	18
66	4	5	5	5	19
67	2	3	4	4	13
68	3	4	4	4	15
69	4	4	4	4	16
70	3	4	4	4	15

Lanjutan Lampiran 5. Tabulasi Jawaban Responden Y

Responden	Kepuasan Pengunjung (Y)				Total
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	
71	5	5	5	3	18
72	5	4	4	5	18
73	5	4	4	5	18
74	4	4	4	4	16
75	4	4	4	4	16
76	4	4	5	5	18
77	4	4	4	4	16
78	2	4	4	5	15
79	2	4	4	4	14
80	4	3	4	4	15
81	4	4	4	4	16
82	4	5	5	5	19
83	3	3	3	3	12
84	3	4	4	4	15
85	4	4	4	4	16
86	4	4	4	4	16
87	4	4	4	4	16
88	4	4	4	4	16
89	4	4	4	4	16
90	3	3	4	4	14
91	3	3	3	3	12
92	2	3	4	4	13
93	4	4	4	4	16
94	4	4	3	2	13
95	3	3	3	3	12
96	3	3	3	4	13
97	4	4	4	4	16
98	4	3	3	3	13
99	4	4	4	4	16
100	4	4	4	4	16

Lampiran 6. Hasil Uji Validitas Variabel *Ambient Conditions* (X1)

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.352**	.152	.525**	.240*	.741**
	Sig. (2-tailed)		.000	.132	.000	.016	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.352**	1	.143	.242*	.150	.566**
	Sig. (2-tailed)	.000		.156	.015	.136	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.152	.143	1	.227*	.240*	.540**
	Sig. (2-tailed)	.132	.156		.023	.016	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.525**	.242*	.227*	1	.364**	.755**
	Sig. (2-tailed)	.000	.015	.023		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.240*	.150	.240*	.364**	1	.596**
	Sig. (2-tailed)	.016	.136	.016	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total_X1	Pearson Correlation	.741**	.566**	.540**	.755**	.596**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

Lampiran 7. Hasil Uji Validitas Variabel *Spatial Layout and Functionality* (X2)

		Correlations								
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.148	-.128	.315**	.154	-.068	.034	.218*	.392**
	Sig. (2-tailed)		.143	.204	.001	.126	.500	.739	.030	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.148	1	.260**	.261**	.051	.230*	.155	.300**	.528**
	Sig. (2-tailed)	.143		.009	.009	.614	.021	.123	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	-.128	.260**	1	.088	.087	.425**	.232*	.259**	.493**
	Sig. (2-tailed)	.204	.009		.381	.392	.000	.020	.009	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.315**	.261**	.088	1	.432**	.251*	.106	.181	.624**
	Sig. (2-tailed)	.001	.009	.381		.000	.012	.293	.071	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.154	.051	.087	.432**	1	.237*	.238*	.241*	.584**
	Sig. (2-tailed)	.126	.614	.392	.000		.018	.017	.016	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	-.068	.230*	.425**	.251*	.237*	1	.137	.262**	.556**
	Sig. (2-tailed)	.500	.021	.000	.012	.018		.175	.009	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

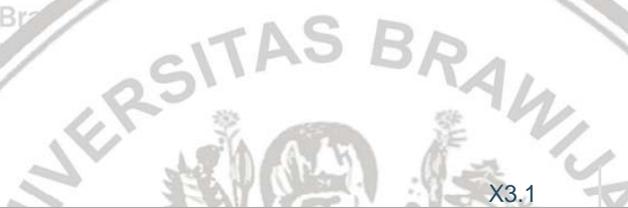
## Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	Total_X2
X2.7	Pearson Correlation	.034	.155	.232*	.106	.238*	.137	1	.310**	.527**
	Sig. (2-tailed)	.739	.123	.020	.293	.017	.175		.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.8	Pearson Correlation	.218*	.300**	.259**	.181	.241*	.262**	.310**	1	.630**
	Sig. (2-tailed)	.030	.002	.009	.071	.016	.009	.002		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_X2	Pearson Correlation	.392**	.528**	.493**	.624**	.584**	.556**	.527**	.630**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Lampiran 8. Hasil Uji Validitas Variabel *Sign, Symbol and Artifact* (X3)

## Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Total_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.384**	.442**	.253*	.280**	.327**	.682**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.011	.005	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.384**	1	.161	.307**	.205*	.177	.574**
	Sig. (2-tailed)	.000		.109	.002	.041	.078	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100



**Correlations**

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Total_X3
X3.3	Pearson Correlation	.442**	.161	1	.522**	.249*	.621**	.757**
	Sig. (2-tailed)	.000	.109		.000	.012	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.253*	.307**	.522**	1	.112	.512**	.690**
	Sig. (2-tailed)	.011	.002	.000		.269	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.280**	.205*	.249*	.112	1	.192	.524**
	Sig. (2-tailed)	.005	.041	.012	.269		.056	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.6	Pearson Correlation	.327**	.177	.621**	.512**	.192	1	.709**
	Sig. (2-tailed)	.001	.078	.000	.000	.056		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Total_X3	Pearson Correlation	.682**	.574**	.757**	.690**	.524**	.709**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

Lampiran 9. Hasil Uji Validitas Variabel *Facility Cleanliness* (X4)

		Correlations				
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	Total_X4
X4.1	Pearson Correlation	1	.560**	.527**	.538**	.876**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X4.2	Pearson Correlation	.560**	1	.436**	.582**	.787**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X4.3	Pearson Correlation	.527**	.436**	1	.283**	.701**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.004	.000
	N	100	100	100	100	100
X4.4	Pearson Correlation	.538**	.582**	.283**	1	.764**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.004		.000
	N	100	100	100	100	100
Total_X4	Pearson Correlation	.876**	.787**	.701**	.764**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

Lampiran 10. Hasil Uji Validitas Variabel Wajib Pajak (Y)

		Correlations				
		Y1	Y2	Y3	Y4	Total_Y
Y1	Pearson Correlation	1	.407**	.207*	.322**	.732**
	Sig. (2-tailed)		.000	.039	.001	.000
	N	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.407**	1	.485**	.344**	.735**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.207*	.485**	1	.569**	.716**
	Sig. (2-tailed)	.039	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.322**	.344**	.569**	1	.744**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Total_Y	Pearson Correlation	.732**	.735**	.716**	.744**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

Lampiran 11. Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Ambient Conditions* (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.647	5

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	15.22	1.911	.495	.543
X1.2	15.17	2.446	.333	.624
X1.3	15.28	2.446	.269	.654
X1.4	15.22	1.951	.543	.518
X1.5	14.99	2.394	.371	.608

Lampiran 12. Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Spatial Layout and Functionality* (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.656	8

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	26.92	6.115	.172	.668
X2.2	26.96	5.796	.357	.623
X2.3	27.04	5.837	.302	.636
X2.4	27.00	5.253	.431	.601
X2.5	27.21	5.420	.386	.614
X2.6	27.02	5.636	.376	.618
X2.7	27.10	5.586	.306	.637
X2.8	26.98	5.394	.465	.595

Lampiran 13. Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Sign, Symbol and Artifact* (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.733	6

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	19.03	4.575	.506	.684
X3.2	19.18	4.897	.359	.726
X3.3	19.08	4.337	.611	.653
X3.4	19.10	4.495	.508	.683
X3.5	19.20	5.051	.294	.745
X3.6	19.11	4.564	.555	.671

Lampiran 14. Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Facility Cleanliness* (X4)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.779	4

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X4.1	11.55	1.442	.687	.684
X4.2	11.37	2.195	.660	.709
X4.3	11.41	2.224	.505	.764
X4.4	11.30	2.010	.571	.732

Lampiran 15. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Wajib Pajak (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.692	4

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	11.67	1.476	.391	.719
Y2	11.54	1.746	.540	.596
Y3	11.43	1.803	.522	.610
Y4	11.38	1.652	.523	.598

Lampiran 16. Distribusi Jawaban Responden Variabel *Ambient Conditions* (X1)

Statistics						
		X1. 1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5
N	Valid	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3.69	3.75	3.66	3.74	3.99

X1.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	6	6.0	6.0	7.0
	RR	24	24.0	24.0	31.0
	S	61	61.0	61.0	92.0
	SS	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1. 2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.0	2.0	2.0
	TS	2	2.0	2.0	4.0
	RR	20	20.0	20.0	24.0
	S	71	71.0	71.0	95.0
	SS	5	5.0	5.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	5	5.0	5.0	6.0
	RR	24	24.0	24.0	30.0
	S	67	67.0	67.0	97.0
	SS	3	3.0	3.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	5	5.0	5.0	5.0
	RR	24	24.0	24.0	29.0
	S	63	63.0	63.0	92.0
	SS	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.0	2.0	2.0
	RR	7	7.0	7.0	9.0
	S	81	81.0	81.0	90.0
	SS	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 17. Distribusi Jawaban Responden Variabel *Spatial Layout and Functionality* (X2)

Statistics									
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.n 6	X2.7	X2.8
N	Valid	100	100	100	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		3.92	3.88	3.86	3.79	3.64	3.80	3.78	3.95

X2.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	6	6.0	6.0	6.0
	RR	10	10.0	10.0	16.0
	S	70	70.0	70.0	86.0
	SS	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	7	7.0	7.0	7.0
	RR	11	11.0	11.0	18.0
	S	69	69.0	69.0	87.0
	SS	13	13.0	13.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3.0	3.0	3.0
	RR	21	21.0	21.0	24.0
	S	63	63.0	63.0	87.0
	SS	13	13.0	13.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	9	9.0	9.0	9.0
	RR	14	14.0	14.0	23.0
	S	66	66.0	66.0	89.0
	SS	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	8	8.0	8.0	9.0
	RR	23	23.0	23.0	32.0
	S	62	62.0	62.0	94.0
	SS	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	6	6.0	6.0	6.0
	RR	17	17.0	17.0	23.0
	S	68	68.0	68.0	91.0
	SS	9	9.0	9.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

<b>X2.7</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.0	2.0	2.0
	TS	4	4.0	4.0	6.0
	RR	18	18.0	18.0	24.0
	S	66	66.0	66.0	90.0
	SS	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

<b>X2.8</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	4	4.0	4.0	4.0
	RR	10	10.0	10.0	14.0
	S	73	73.0	73.0	87.0
	SS	13	13.0	13.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 18. Distribusi Jawaban Responden Variabel *Sign, Symbol and Artifact* (X3)

<b>Statistics</b>							
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6
N	Valid	100	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0	0
Mean		3.91	3.75	3.89	3.83	3.74	3.84

<b>X3.1</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3.0	3.0	3.0
	RR	16	16.0	16.0	19.0
	S	68	68.0	68.0	87.0
	SS	13	13.0	13.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

<b>X3.2</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	5	5.0	5.0	5.0
	RR	26	26.0	26.0	31.0
	S	58	58.0	58.0	89.0
	SS	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	6	6.0	6.0	6.0
	RR	11	11.0	11.0	17.0
	S	71	71.0	71.0	88.0
	SS	12	12.0	12.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	7	7.0	7.0	7.0
	RR	15	15.0	15.0	22.0
	S	66	66.0	66.0	88.0
	SS	12	12.0	12.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	8	8.0	8.0	8.0
	RR	18	18.0	18.0	26.0
	S	66	66.0	66.0	92.0
	SS	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	4	4.0	4.0	5.0
	RR	12	12.0	12.0	17.0
	S	76	76.0	76.0	93.0
	SS	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 19. Distribusi Jawaban Responden Variabel *Facility Cleanliness* (X4)

Statistics					
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0
Mean		3.64	3.87	3.85	3.91

X4.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	11	11.0	11.0	11.0
	RR	22	22.0	22.0	33.0
	S	59	59.0	59.0	92.0
	SS	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X4.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.0	2.0	2.0
	RR	17	17.0	17.0	19.0
	S	73	73.0	73.0	92.0
	SS	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X4.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.0	2.0	2.0
	RR	20	20.0	20.0	22.0
	S	69	69.0	69.0	91.0
	SS	9	9.0	9.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X4.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.0	2.0	2.0
	RR	17	17.0	17.0	19.0
	S	69	69.0	69.0	88.0
	SS	12	12.0	12.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 20. Distribusi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Wajib Pajak (Y)

Statistics					
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0
Mean		3.64	3.87	3.90	3.96

Y.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	9	9.0	9.0	10.0
	RR	23	23.0	23.0	33.0
	S	59	59.0	59.0	92.0
	SS	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RR	23	23.0	23.0	23.0
	S	67	67.0	67.0	90.0
	SS	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.0	2.0	2.0
	RR	15	15.0	15.0	17.0
	S	72	72.0	72.0	89.0
	SS	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y. 4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.0	2.0	2.0
	RR	13	13.0	13.0	15.0
	S	72	72.0	72.0	87.0
	SS	13	13.0	13.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



Lampiran 21. Hasil Koefisien Determinan ( $R^2$ )Model Summary<sup>a</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.781 <sup>a</sup>	.610	.593	1.04648	2.164

a. Predictors: (Constant), Ambient\_Conditions, Signs\_Symbol\_and\_Artifact, Spatial\_Layout\_and\_Functionality, Facility\_Cleanliness

b. Dependent Variable: Kepuasan\_Konsumen

## Lampiran 22. Hasil Uji t

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.178	1.296		.909	.366
	Spatial_Layout_and_Functionality	.055	.058	.089	.953	.343
	Signs_Symbol_and_Artifact	.173	.067	.266	2.568	.012
	Facility_Cleanliness	.237	.096	.261	2.464	.016
	Ambient_Conditions	.257	.090	.281	2.846	.005

a. Dependent Variable: Kepuasan\_Konsumen

Lampiran 23. *Curriculum Vitae***CURRICULUM VITAE****BIODATA**

Nama : Oktavia Kusuma Wati  
 Nomor Induk Mahasiswa : 165030401111039  
 Tempat dan Tanggal Lahir : Sekayu, 19 Oktober 1998  
 Jenis Kelamin : Perempuan  
 Agama : Islam  
 Email : oktaviakusumawati19@gmail.com  
 Alamat Asal : Negara Ratu, No 112, RT/RW 002/002, Sungkai  
 Utara, Lampung Utara, Lampung 34555

**RIWAYAT PENDIDIKAN**

2016 – Sekarang : **Program Studi Perpajakan**  
**Universitas Brawijaya**  
 Fokus di bidang Perpajakan  
 2013 – 2016 : **Jurusan Ilmu Pegetahuan Sosial**  
**SMAN 02 Kota Bumi**  
 Fokus di bidang Ekonomi, Sosiologi dan Geografi.  
 2010 – 2013 : **MTs N Padang Ratu**  
 Masa belajar selama 3 tahun  
 2004 – 2010 : **SDN 05 Lampung Utara**  
 Masa belajar selama 6 tahun

**PENGALAMAN MAGANG**

Kantor Pelayanan Pajak Pratama Surabaya Wonocolo - Jl. Jagir Wonokromo  
 No.104, Jagir, Kec. Wonokromo, Kota SBY, Jawa Timur 60244

**PENGALAMAN ORGANISASI**

2017 – 2018 : **Himpunan Mahasiswa Perpajakan**  
**Universitas Brawijaya**  
 Sebagai Staf Auditor  
 2016 – 2018 : **Pramuka Racana**  
**Universitas Brawijaya**  
 Sebagai Staf Kewirausahaan

**PENGALAMAN KEPANITIAAN**

- 2018 : **Tax Planning Competition**  
Sebagai Panitia Divisi DDM
- 2018 : **Tax Discussion**  
Sebagai Panitia Divisi DDM
- 2018 : **Bina Desa Mandiri**  
Panitia Divisi Transportasi Dan Konsumsi
- 2017 : **Seminar Nasional**  
Sebagai Panitia Staf Auditor
- 2017 : **Explore Pajak**  
Sebagai Panitia Staf Auditor
- 2017 : **Panitia Sosial Skripsi**  
Sebagai Panitia Staf Auditor
- 2017 : **Panitia Olimpiade Pajak**  
Sebagai Panitia Staf Auditor
- 2017 : **Kumbang Sajak**  
Sebagai Bendahara Pelaksana

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

